

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.1. Kajian Relevan

Kajian relevan adalah suatu deskripsi tentang kajian penelitian yang sudah pernah dilakukan terkait dengan seputar masalah atau pembahasan yang sedang diteliti. Maka dari itu, penelitian yang akan dilakukan merupakan kajian atau perkembangan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat terlihat jelas bahwa kajian yang sedang dilakukan bukan merupakan suatu pengulangan atau duplikasi.

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama dengan penelitian yang sementara dikaji oleh penulis, judul-judul tersebut di antaranya :

1. Penelitian (Denita, 2022) dengan judul *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan (Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007)”*

Hasil dari penelitian ini Iklan yang menyesatkan merugikan konsumen dalam beberapa hal, termasuk faktor konsumen seperti kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha dan ketidaktahuan pelaku usaha terhadap dampak iklan yang menyesatkan. Bentuk perlindungan hukum yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen berupa dalam bentuk Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Perdata, Hukum Administrasi, dan Hukum Pidana. Kewajiban pelaku usaha atas kerugian konsumen karena iklan yang menyesatkan berdasarkan pemeriksaan putusan Nomor 01

K/Per.Kons/2007 adalah tanggung jawab yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen dengan cara mengganti kerugian. Hal ini ditunjukkan dengan terpenuhinya unsur-unsur perbuatan yang melawan hukum, adanya kesalahan, kerugian, dan adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan dengan kerugian.

Perbedaan Penelitian penelitian ini berfokus pada tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen yang disebabkan oleh iklan yang menyesatkan. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada dampak iklan yang menyesatkan terhadap konsumen dan bagaimana pelaku usaha bertanggung jawab terhadap kerugian tersebut. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada tanggung jawab pelaku usaha di bidang jasa servis *handphone* dalam memberikan informasi yang benar. Penelitian ini mencakup berbagai aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi yang akurat kepada konsumen dalam konteks undang-undang perlindungan konsumen.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maylaksita, 2017), mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia dengan judul “*Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Produk Pelaku Usaha Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Handphone Di Yogyakarta*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen, yang diatur dalam UUPK, masih sangat lemah. Meskipun UUPK telah menetapkan hak-hak konsumen yang harus

dilindungi, dalam praktiknya, hak-hak tersebut sulit untuk dipertahankan dan dituntut secara hukum. Penerapan tanggung jawab produk juga sering diabaikan oleh pelaku usaha dalam menangani keluhan konsumen terkait kerugian yang mereka alami. Pelaku usaha cenderung menghindar dari penyelesaian masalah, sehingga konsumen semakin dirugikan.

Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian Maylaksita lebih fokus pada tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk yang ditawarkan, terutama dalam transaksi jual beli handphone. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar terkait dengan jasa servis *handphone*. Penelitian ini lebih fokus pada sebuah produk yaitu *handphone*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada jasa servis *handphone*. adanya perbedaan dalam aspek-aspek yang diamati dalam penelitian tersebut, seperti jenis dan sifat masalah yang dihadapi oleh konsumen, serta jenis dan sifat tanggung jawab pelaku usaha yang diamati.

3. Penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh (Rivandi, 2022) Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala dengan judul "*Tanggung Jawab Penjual Telepon Seluler Atas Informasi Garansi Dalam Penjualan Telepon Seluler Kepada Konsumen Di Kota Banda Aceh*".

Hasil dari penelitian diketahui bahwa pelaksanaan pemberian informasi garansi yang dilakukan penjual telepon seluler di Banda Aceh belum memenuhi unsur informasi garansi dikarenakan salah satu unsur

tadi ialah memberikan lokasi layanan purna jual dan jangka waktu masa berlaku garansi. Tanggung jawab pelaku usaha kepada penjual telepon seluler yang tidak memberikan informasi garansi pada konsumen akan dikenakan sanksi sesuai Pasal 1365 KUHPerdara sebab mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen. peran instansi terkait penjualan telepon seluler di Kota Banda Aceh adalah melakukan penyelesaian secara perdata serta mengupayakan tindakan ganti kerugian dari penjual telepon seluler kepada konsumen.

Perbedaan dari penelitian ini lebih fokus informasi garansi dalam penjualan telepon seluler, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada tanggung jawab penyedia jasa dalam memberikan informasi yang benar terkait dengan jasa servis handphone. Kemudian Penelitian ini menggunakan Permendag Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 sebagai landasan teori, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan perspektif Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Saputri, 2020), mahasiswa Fakultas Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *“Tinjauan Hukum Islam Tentang Penambahan Biaya Servis Handphone Di Luar Kesepakatan (Studi di Irama Cell Jl.H.Agus Salim, Kelurahan Kelapa Tiga, Kecamatan Tj.Karang Pusat, Kota Bandar Lampung)”*

Hasil dari penelitian ini, terdapat unsur kecurangan dari konter dalam pelaksanaan praktik pengupahan di Irama Cell, dan tidak ada kesepakatan terlebih dahulu antara para pihak. sebelum servis dilakukan ada proses pengecekan kerusakan terlebih dahulu namun saat interaksi bermacam-macam ada biaya tambahan terkait pembenaran dibalik kerusakan yang tidak ada. Selain itu, tinjauan hukum Islam mengenai penambahan biaya jasa servis *handphone* di luar kesepakatan awal tanpa pemberitahuan terlebih dahulu sama saja dengan riba dan merupakan penipuan (*tadlis*) jika salah satu pihak dirugikan karena menguntungkan pihak lain.

Perbedaan dari penelitian ini lebih fokus pada tinjauan hukum Islam terkait dengan penambahan biaya servis *handphone* di luar kesepakatan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada tanggung jawab penyedia jasa dalam memberikan informasi yang benar terkait dengan jasa servis *handphone*. Kemudian Penelitian ini menggunakan tinjauan hukum Islam sebagai landasan teori, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan perspektif hukum positif Indonesia, yaitu Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Efelia, 2019), mahasiswa Program Studi Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul "*Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Servis Laptop Tidak Profesional Dalam Perspektif Wahbah Az-*

Zuhaili (Studi Kasus Toko Servis Laptop Di Desa Pertumbukan Kecamatan Wampu Kabupaten Langkat)”

Hasil Penelitian ini adalah penelitian ini Menurut pandangan Wahbah Az-Zuhaili menunjukkan bahwa pemilik toko adalah pihak yang wajib memberikan pertanggungjawaban tersebut, dan bahwa undang-undang perlindungan konsumen terhadap servis laptop yang tidak profesional adalah wajib. karena menurut pandangan Wahbah Az-Zuhaili menganggap sesuatu yang dijaminan adalah sebagai al-'Ain (barang dagangan, bukan utang), maka pada saat itu penjamin diharapkan menyerahkan jaminan al-'Ain bila memang barangnya masih ada.

Perbedaan dari penelitian ini adalah fokus permasalahan pada praktik servis laptop yang tidak profesional di Toko Servis Laptop menggunakan perspektif Wahbah Az-Zuhaili, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus tentang tanggung jawab usaha dalam pemberian informasi yang benar menggunakan perspektif undang-undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan implementasinya di bidang jasa, khususnya jasa servis handphone di Kota Kendari.

2.2.Kajian Teori

2.2.1 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

a. Pengertian Tanggung jawab

Pengertian tanggung jawab pelaku usaha (*product liability*) adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk atau jasa (*producer, manufacture*) atau dari

orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk atau jasa (*processor, assambler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk atau jasa tersebut (Setiawan, 2023)

Konsep tanggung jawab juga dikemukakan oleh pencetus teori hukum murni yaitu Hans Kelsen. Menurut Hans kelsen dalam (Dyani, 2017), Tanggung jawab memiliki kaitan yang erat dengan kewajiban, meskipun keduanya berbeda. Kewajiban muncul karena adanya peraturan hukum yang mengatur dan menetapkan kewajiban bagi subyek hukum. Subyek hukum yang dikenakan kewajiban wajib melaksanakannya sesuai dengan perintah hukum yang berlaku. Jika kewajiban tersebut tidak dilaksanakan, sanksi akan dikenakan. Sanksi ini merupakan tindakan paksa yang diambil oleh hukum untuk memastikan kewajiban dapat dipenuhi dengan benar oleh subyek hukum. Menurut Hans, subyek hukum yang menerima sanksi tersebut dianggap "bertanggung jawab" atau secara hukum bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan.

b. Prinsip Tanggung jawab

Secara umum prinsipprinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan sebagai berikut:

- (1) Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*) Tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat

subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha Inosentius Samsul dalam (Sitepu, 2016)

(2) Prinsip tanggung jawab mutlak (strict product liability) Istilah lain dari tanggung jawab produk adalah product liability, berbeda dengan ajaran pertanggungjawaban hukum pada umumnya karena tanggung jawab produk adalah tanggung jawab produsen yang disebut juga dengan strict liability (Nasution, 2014)

(3) Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai tergugat dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.

(4) Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, prinsip ini bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas (Nasution, 2014)

(5) Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan. Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya shirdata dalam (Sitepu, 2016)

Dari 5 (lima) prinsip tersebut yang dipergunakan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah prinsip tanggung

jawab mutlak. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah bentuk khusus dari *trot* (perbuatan melawan hukum), yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan (Sitepu, 2016)

c. Pengertian Pelaku Usaha

Secara yuridis pengertian pelaku usaha, Pasal 1 ayat (3) UUPK menyebutkan bahwa “Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

d. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam melaksanakan tanggung jawab sebagai pelaku usaha yang taat akan peraturan Undang-Undang, pelaku usaha wajib mengetahui mengenai hak dan kewajibannya kepada konsumen (Denita, 2022). Dalam UUPK Pasal 6 Hak Pelaku usaha adalah:

- a) “Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Adapun kewajiban pelaku usaha terdapat dalam Pasal 7 UUPK :

- a) “beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

Kewajiban ini kemudian menimbulkan suatu tanggung jawab yang dimiliki oleh para pelaku usaha dan bisnis. Tanggung jawab muncul karena seseorang atau suatu pihak mempunyai kewajiban, termasuk kewajiban karena peraturan perundang-undangan (Siahaan, 2005)

2.2.2 Konsumen

a. Pengertian konsumen

Menurut Az Nasution dalam (Panjaitan, 2021) “Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu”. Dalam perkembangannya, pengertian ini berkembang yang akhirnya sampai kepada pengertian “korban pemakaian produk yang cacat,” baik korban yang dimaksudkan sebagai pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai. Kosumen sering dilawankan dengan produsen atau pelaku usaha

atau pengusaha, yaitu pihak yang menghasilkan barang dan atau jasa untuk dikonsumsi oleh konsumen (Panjaitan, 2021)

Dalam UUPK dijelaskan mengenai Konsumen pada pasal 1 ayat 2 “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

2.2.3 Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Dalam UUPK pada pasal 1 ayat 1 “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam (Panjaitan, 2021) menyatakan bahwa rumusan pengertian perlindungan konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 angka 1 UUPK di atas cukup memadai, kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, hal ini diyakini akan menjadi benteng untuk meniadakan aktivitas sewenang-wenang yang menguntungkan para pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan konsumen.

b. Asas Perlindungan Konsumen

Pasal 2 UUPK menetapkan “perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”. Penjelasannya mengemukakan sebagai berikut :

(1) Asas Manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

(2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

(3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk membagikan keseimbangan kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil atau spiritual.

Penggunaan asas keseimbangan dalam UUPK diwujudkan melalui penetapan hak dan kewajiban masing-masing pihak antara konsumen dan pelaku usaha sebagaimana layaknya suatu perjanjian timbal balik. Apa yang merupakan hak disatu pihak merupakan kewajiban di pihak lainnya dan sebaliknya. (Sidharta dalam (Panjaitan, 2021)).

(4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

Perwujutan asas ini dapat dilihat dalam Pasal 4 huruf (a) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yang menjabarkan

hak pertama bagi konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hak atas keamanan juga merupakan salah satu hak mendasar yang diakui secara internasional sebagai hak konsumen, khususnya pilihan untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*) selain dengan hak mendapatkan keamanan yaitu, hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*) dan hak untuk didengar (*the right to be heard*) (Sidharta dalam (Panjaitan, 2021)).

Untuk hal ini (Kristiyanti, 2018) berpendapat bahwa konsumen mempunyai hak keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk memastikan bahwa konsumen tidak mengalami kerugian materil maupun non materil (jasmani maupun rohani), barang dan jasa tidak boleh berbahaya untuk digunakan. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha (*caveat emptor (let the buyer beware)*)

(5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

c. Tujuan Perlindungan Konsumen

Adapun dalam UUPK pasal 3 disebutkan tujuan dari perlindungan konsumen sebagai berikut :

- a) meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c) meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d) menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

2.2.4 Informasi Yang Benar

a. Pengertian informasi yang benar

Jogiyanto dalam (Wiratama & Rahmawati, 2013) menyatakan bahwa data akan menjadi informasi yang ditangani menjadi suatu struktur yang lebih bermanfaat dan lebih berarti bagi yang mendapatkannya. Menurut Azhar Susanto dalam (Wiratama & Rahmawati, 2013), informasi merupakan hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat. Berdasarkan definisi di atas (Wiratama & Rahmawati, 2013) mengambil kesimpulan bahwa informasi merupakan hasil pengolahan data dan berguna bagi dunia usaha dalam mengambil keputusan. Sifat data

bergantung pada empat hal yang menjadi indikator informasi atau data yang benar, yaitu akurat, ketepatan waktu, relevansi, dan lengkap.

b. Ciri-ciri informasi

Menurut Jogiyanto (Wiratama & Rahmawati, 2013) dalam kualitas dari suatu informasi yang tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat, tepat pada waktunya, dan relevan. Menurut Azhar Susanto dalam (Wiratama & Rahmawati, 2013) informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri:

a) “Akurat

Akurat berarti bahwa informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan.

b) Tepat pada Waktunya

Tepat pada waktunya berarti bahwa informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat.

c) Relevan

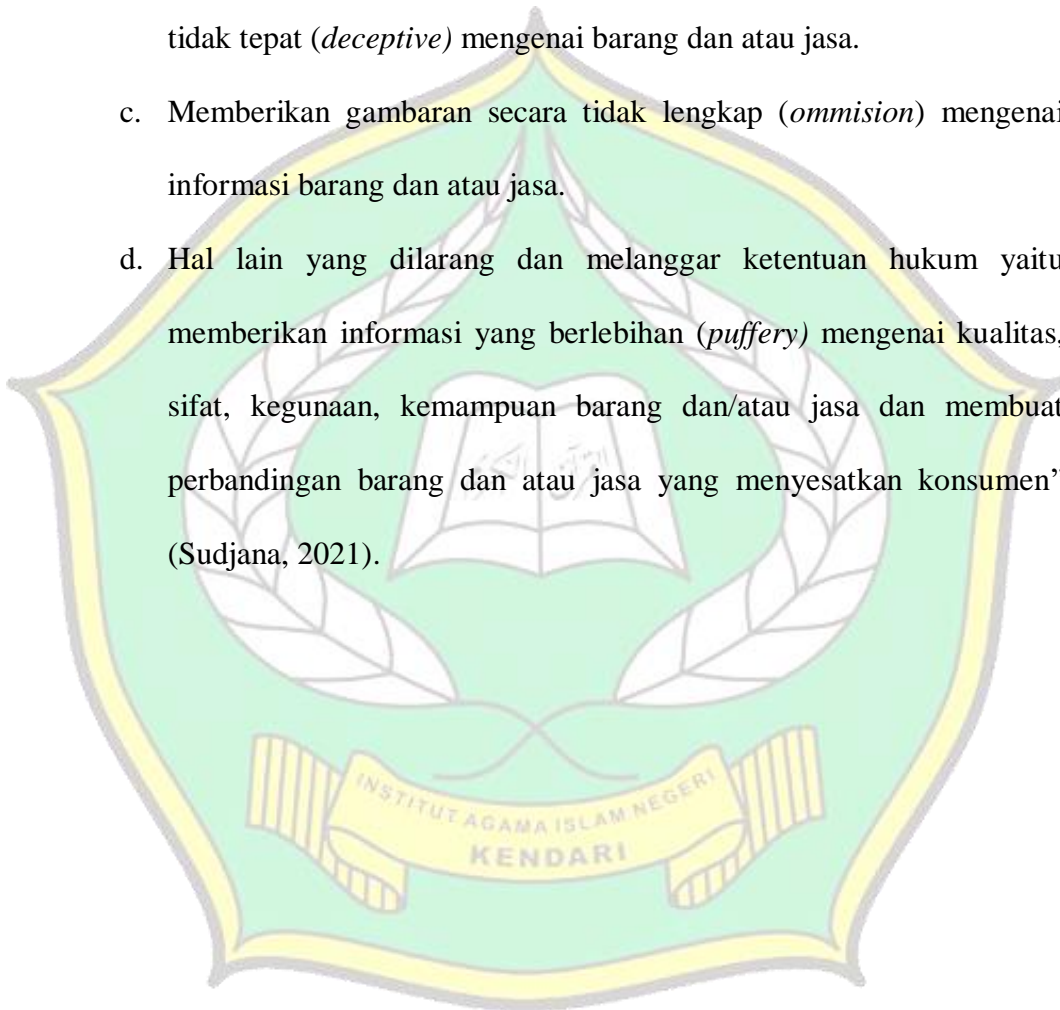
Relevan berarti bahwa informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya.

d) Lengkap

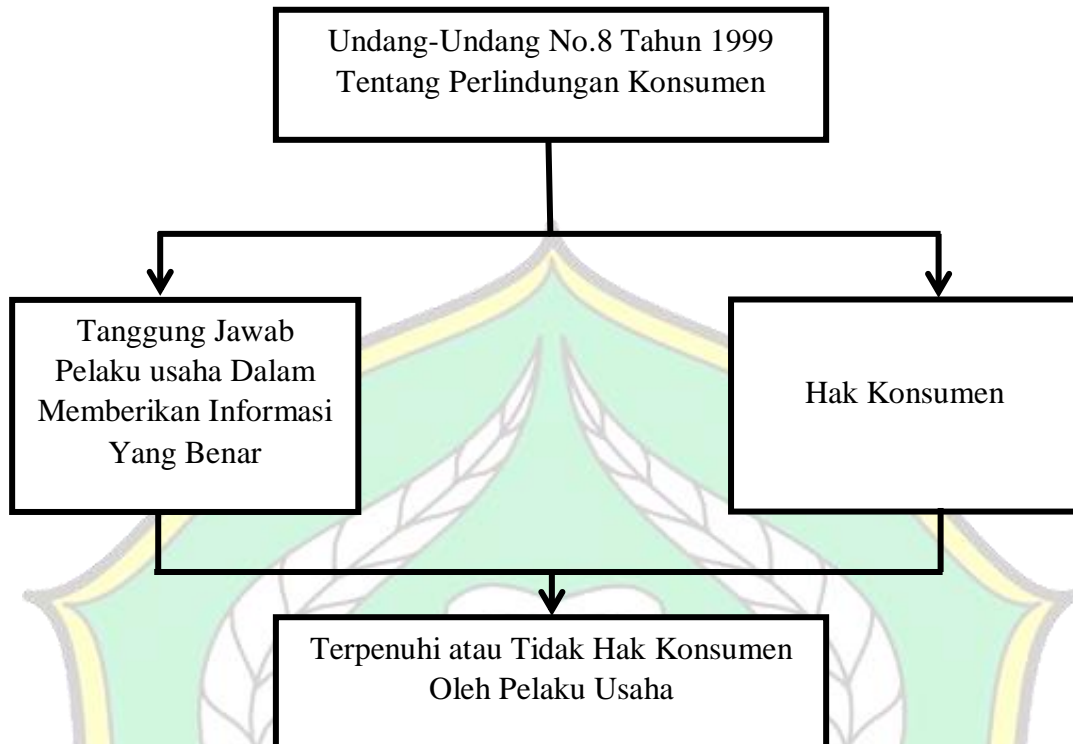
Lengkap berarti bahwa informasi yang diberikan harus dapat diterima dengan lengkap oleh penerimanya.”

Kriteria informasi yang menyesatkan apabila merujuk pada perspektif hukum positif di Indonesia, penyesatan informasi yaitu:

- a. “Informasi yang mengelabui konsumen (*misleading*) mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, harga, tarif, jaminan dan garansi barang dan atau jasa serta pelaku usaha tidak bertanggungjawab sebagaimana dinyatakan oleh pelaku usaha.
- b. Mendeskripsikan memberikan informasi secara keliru, salah, maupun tidak tepat (*deceptive*) mengenai barang dan atau jasa.
- c. Memberikan gambaran secara tidak lengkap (*ommision*) mengenai informasi barang dan atau jasa.
- d. Hal lain yang dilarang dan melanggar ketentuan hukum yaitu memberikan informasi yang berlebihan (*puffery*) mengenai kualitas, sifat, kegunaan, kemampuan barang dan/atau jasa dan membuat perbandingan barang dan atau jasa yang menyesatkan konsumen” (Sudjana, 2021).



2.3. Kerangka Teori



Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab dalam memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Undang-undang ini juga mengakui hak konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas dan dapat dipahami. Pemenuhan hak konsumen menjadi indikator penting dalam menilai kualitas layanan jasa yang diberikan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, Undang-undang ini memberikan landasan hukum untuk menentukan apakah hak konsumen telah terpenuhi atau tidak oleh pelaku usaha, dengan tujuan utama melindungi konsumen dari praktek bisnis yang merugikan.