
Analisis Perjanjian Sewa Menyewa Antara Pelaku Usaha Penyewa Kamera DSLR Dan Tindakan Konsumen Yang Beritikad Tidak Baik Di Era Ekonomi Digital

Nimas Parawansyah Pramadhyta Galuh Muktasyim

nimasparawansyah01@gmail.com

Universitas Trunojoyo Madura

Putri Handayani

putporthandayani02@gmail.com

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat : JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi penulis: *nimasparawansyah01@gmail.com*

Abstract. *A rental agreement is a form of agreement that is widely used in everyday life, including in camera rental business activities. In the era of the digital economy, camera rental agreements are increasingly being used, both by businesses and consumers. However, in this era there is also the potential for bad consumer actions in implementing camera rental agreements. Consumer actions that are not good in implementing the camera rental agreement can be in the form of default, namely not fulfilling their obligations in accordance with the agreement. Defaults can include delays in returning the camera, damage to the camera, or even loss of the camera. Bad consumer actions in implementing camera rental agreements can be detrimental to business actors. Therefore, business actors need to take legal protection measures to anticipate these losses. Efforts for legal protection that can be taken by business actors include: Drawing up a clear and detailed rental agreement, and containing strict provisions regarding obligations and sanctions for consumers who default. Carry out identity and guarantee checks from consumers before renting out cameras. Supervise the use of cameras by consumers. Carry out complete documentation about the condition of the camera before and after renting it.*

Keywords: *digital economy era, consumers, business actors, rental agreement, bad actions*

Abstrak. Perjanjian sewa menyewa merupakan salah satu bentuk perjanjian yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan usaha penyewaan kamera. Pada era ekonomi digital, perjanjian sewa menyewa kamera semakin banyak digunakan, baik oleh pelaku usaha maupun konsumen. Namun, di era ini juga muncul potensi tindakan konsumen yang tidak baik dalam pelaksanaan perjanjian sewa menyewa kamera. Tindakan konsumen yang tidak baik dalam pelaksanaan perjanjian sewa menyewa kamera dapat berupa wanprestasi, yaitu tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian. Wanprestasi dapat berupa keterlambatan pengembalian kamera, kerusakan kamera, atau bahkan kehilangan kamera. Tindakan konsumen yang tidak baik dalam pelaksanaan perjanjian sewa menyewa kamera dapat merugikan pelaku usaha.

Received Agustus 30, 2023; Revised September 2, 2023; Oktober 23, 2023

* *Nimas Parawansyah Pramadhyta Galuh Muktasyim, nimasparawansyah01@gmail.com*

Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan upaya perlindungan hukum untuk mengantisipasi terjadinya kerugian tersebut. Upaya perlindungan hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain: Menyusun perjanjian sewa menyewa yang jelas dan rinci, serta memuat ketentuan yang tegas tentang kewajiban dan sanksi bagi konsumen yang wanprestasi. Melakukan pemeriksaan identitas dan jaminan dari konsumen sebelum menyewakan kamera. Melakukan pengawasan terhadap penggunaan kamera oleh konsumen. Melakukan dokumentasi yang lengkap tentang kondisi kamera sebelum dan sesudah disewakan.

Kata kunci: era ekonomi digital, konsumen, pelaku usaha, perjanjian sewa menyewa, tindakan tidak baik

PENDAHULUAN

Orang sering kali memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam menjalankan bisnis atau bisnis. Sesuatu Misalnya, dalam perjanjian sewa, penyewa dan tuan tanah mempunyai kepentingan tersendiri. Artinya, penyewa butuh barang dan pemilik butuh uang. Suatu kontrak yang disebut perjanjian sewa-menyewa dibuat dengan memperhatikan kepentingan para pihak. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain, atau dua orang berjanji satu sama lain untuk melakukan sesuatu.

Sebagai suatu kesepakatan bersama, suatu perjanjian sewa menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang mengadakannya. Dalam perjanjian sewa, kewajiban utama penyewa adalah menerima dan menggunakan barang sewaan serta membayar sewa tepat waktu. Dalam jangka waktu tersebut, penyewa mempunyai hak untuk membayar uang sewa, kewajiban menyerahkan barang sewaan kepada penyewa, dan kewajiban-kewajiban lainnya yang disepakati para pihak. Oleh karena itu, dua orang atau lebih selalu saling menjanjikan sesuatu, baik itu kewajiban maupun hak antara tuan tanah dan penyewa.

Salah satu interaksi manusia yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari adalah praktik bisnis satu sama lain. Perbuatan dagang adalah suatu kegiatan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh suatu keuntungan, terutama dalam bentuk materiil. Banyak juga yang mengartikan bahwa bisnis dikatakan sebagai transaksi perniagaan atau jual beli barang atau jasa untuk bisa mendapatkan keuntungan¹. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan usaha tidak dapat dilakukan oleh satu orang saja, tetapi juga memerlukan orang lain yang memberikan keuntungan kepada pengusaha.

¹ Moch Endang Djunaeni, "ETIKA BISNIS SYARIAH," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 7, no. 1 (February 15, 2016), <https://doi.org/10.24235/amwal.v7i1.219>.

Perkembangan zaman juga erat kaitannya dengan kemajuan perkembangan teknologi, dan segala kegiatan ditujukan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat, termasuk kemudahan untuk memenuhi kebutuhan akan kemudahan akses. Diantaranya melalui konvergensi teknologi komputer dengan telekomunikasi serta media yang menyajikan informasi dengan canggih dan mudah diperoleh telah membantu berkembangnya ekonomi dengan sangat pesat². Untuk itu mulai dikembangkan sistem perdagangan melalui media elektronik atau (electronic commerce), yaitu suatu sistem mekanisme perdagangan yang memanfaatkan jaringan internet melalui media elektronik yang pada saat itu umum digunakan baik di negara maju maupun berkembang untuk meningkatkan efisiensi. Meningkatkan dan mempercepat perkembangan usaha tidak dibatasi oleh batas geografis sehingga dapat dicapai oleh siapa saja.

Ekonomi digital adalah jenis kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi media digital seperti internet, robotika, dan kecerdasan buatan atau kecerdasan buatan (AI) lainnya. Ekonomi digital saat ini semakin diminati oleh para pelaku bisnis karena memiliki keunggulan dalam mempermudah proses bisnis yang dilakukan pada kedua aspek seperti produksi, pemasaran dan penjualan. Tentunya pemanfaatan digital ini dilakukan dengan harapan mampu menekan biaya produksi dan memaksimalkan penjualan produk dan produk. Digitalisasi juga akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah melalui belanja online dan layanan e-banking virtual. Adanya transaksi keuangan digital juga mendorong masyarakat dan organisasi untuk berpikir berbeda untuk mengambil keputusan dan transaksi keuangan yang lebih efektif dan efisien. Tetapi juga memiliki efek negatif:

1. Pertama, risiko otomatisasi, robotika, dan efisiensi online akan mengurangi atau menghilangkan tenaga kerja yang memengaruhi hampir semua fungsi bisnis seperti keuangan dan perbankan, operasi bata-dan-mortir, dan pusat perbelanjaan yang bersaing dengan belanja elektronik dan media cetak. Iklan tradisional mulai bersaing dengan media sosial digital.
2. Yang kedua adalah kejahatan dunia maya keuangan dalam bentuk transaksi ilegal, seperti pencucian uang, perdagangan narkoba, serangan peretas, atau peretas yang melakukan penipuan keuangan dan penipuan internet melalui belanja online. Aktivitas iklan atau promosi yang tidak bermoral atau tidak etis, peretasan adalah

² Nila Dwi Aprilia, "PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA," *Ekonomi Pertahanan* 7, no. 2 (August 28, 2021): 245–59.

mengakses jaringan dengan tujuan mencuri, mengubah, atau menghancurkan informasi.

3. Ketiga, risiko penurunan daya saing produksi dalam negeri akibat meningkatnya transaksi digital yang memudahkan akses produk luar negeri³.

Menurut Kementerian Komunikasi dan informatika, terdapat 191 juta pengguna aktif media sosial pada tahun 2022 yang mengalami kenaikan hingga 13,35% dari tahun sebelumnya⁴. Memiliki pendekatan inovatif yang menjadi wadah bagi para pebisnis untuk aktif berpromosi di media sosial dan update produk terbaru perusahaannya. Beberapa dari mereka telah menjadi terkenal di media sosial karena keterampilan kepemimpinan mereka yang luar biasa. Namun kenyataannya, penggunaan media sosial untuk manajemen bukannya tanpa dampak buruk. Masih banyak pengguna yang tidak menjalankan bisnisnya secara etis. Kinerja merupakan kesan yang diperoleh seorang konsumen atau calon konsumen ketika melihat dan mengevaluasi produk yang ditawarkan. Dalam upaya mengurangi dan meminimalkan risiko bisnis di era ekonomi digital.

Pada era ekonomi digital, transaksi jual beli online semakin marak terjadi, termasuk dalam hal penyewaan kamera DSLR. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, sehingga memudahkan konsumen untuk mencari informasi dan melakukan transaksi secara online.
2. Fleksibilitas dan kemudahan yang ditawarkan oleh transaksi online, sehingga konsumen dapat menyewa kamera DSLR sesuai dengan kebutuhannya.
3. Harga sewa kamera DSLR yang relatif terjangkau, sehingga menjadi alternatif bagi konsumen yang ingin memiliki kamera DSLR namun tidak ingin membelinya secara langsung.

Dengan semakin maraknya transaksi penyewaan kamera DSLR secara online, maka muncul pula risiko terjadinya tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Tindakan ini

³ Eddy Soeryanto Soegoto and Muhammad Habibi Putera, "PENGARUH RISIKO PADA E-COMMERCE," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 27–35, <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.215>.

⁴ Data Indonesia, "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022," *DataIndonesia.id*, accessed February 17, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

dapat merugikan pelaku usaha penyewaan kamera DSLR, baik secara materiil maupun immateriil.

Tindakan konsumen yang beritikad tidak baik dalam perjanjian sewa menyewa kamera DSLR dapat berupa:

1. Tidak mengembalikan kamera DSLR sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
2. Mengembalikan kamera DSLR dalam keadaan rusak atau hilang.
3. Menggunakan kamera DSLR untuk kepentingan lain yang tidak sesuai dengan perjanjian.

Tindakan konsumen yang beritikad tidak baik tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha penyewaan kamera DSLR, antara lain:

1. Kehilangan pendapatan dari sewa kamera DSLR.
2. Biaya perbaikan atau penggantian kamera DSLR.
3. Kerugian reputasi.

Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis terhadap perjanjian sewa menyewa kamera DSLR untuk melindungi pelaku usaha dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Analisis tersebut dapat dilakukan dengan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku, baik hukum perdata maupun hukum perlindungan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan jurnal ini menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi deskriptif. Teknik analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari teks. Dengan kata lain, analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan mengungkap pemikiran-pemikiran penulis yang terang-terangan dan tersembunyi.

Namun tinjauan literatur menggunakan jenis data sekunder dan sumber dari studi, artikel, dan buku referensi tentang topik terkait. Bahan penelitian ini dikumpulkan melalui penelusuran literatur. Sumber bahan penelitian ini bersifat sekunder dengan mengumpulkan buku-buku, terbitan berkala, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian ini. Diambil dari data dan dikumpulkan dari perpustakaan. Data yang terkumpul akan dianalisis dan disajikan dalam format deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengertian sewa-menyewa menurut Pasal 1548 Kitab Undang-undang Hukum Perdata adalah: “perjanjian, dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk memberikan kepada pihak lainnya kenikmatan dari suatu barang selama suatu waktu tertentu dan dengan pembayaran sesuatu harga, yang oleh pihak tersebut belakangan itu disanggupi pembayarannya.”

Menurut Subekti, sewa-menyewa adalah pihak yang satu menyanggupi akan menyerahkan suatu benda untuk dipakai selama suatu jangka waktu tertentu sedangkan pihak yang lainnya menyanggupi akan membayar harga yang telah ditetapkan untuk pemakaian itu pada waktu-waktu yang ditentukan⁵.

Wirjono Prodjodikoro mengatakan bahwa karena hak milik atas barang tetap berada ditangan pihak yang menyewakan, maka pada hakekatnya keadaan sewa menyewa ini sudah selayaknya tidak dimaksudkan untuk berlangsung terus menerus melainkan terbayang dikemudian hari, pemakaian dan pemungutan hasil dari barang itu pasti akan kembali lagi pada pemilik barang⁶.

Era ekonomi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk industri kamera. Di era ini, kamera tidak hanya digunakan untuk memotret dan merekam video, tetapi juga untuk berbagai keperluan lainnya, seperti live streaming, virtual reality, dan augmented reality. Hal ini telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha kamera untuk mengembangkan bisnisnya.

Berikut adalah beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha kamera di era ekonomi digital:

1. Peluang sewa kamera
2. Peluang penjualan kamera
3. Peluang jasa fotografi dan videografi
4. Peluang penjualan aksesoris kamera
5. Peluang pengembangan konten digital

Untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut, pelaku usaha kamera perlu memiliki strategi yang tepat. Berikut adalah beberapa tips yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha kamera di era ekonomi digital:

⁵ Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1975, hlm. 48.

⁶ Prodjodikoro, Wirjono. 1981. *Azas-azas Hukum Pidana Indonesia*. Jakarta: Eresco. Hal. 49.

1. Pahami kebutuhan pasar
2. Kembangkan produk dan layanan yang inovatif
3. Pemasaran yang efektif

Konsumen yaitu beberapa orang yang menjadi pembeli atau pelanggan yang membutuhkan barang untuk mereka gunakan atau mereka konsumsi sebagai kebutuhan hidupnya⁷.

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi⁸.

Sebagai pengguna barang/jasa, konsumen mempunyai berbagai hak dan kewajiban. Pengetahuan mengenai hak-hak konsumen sangat penting agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri, tujuannya agar secara sukarela menyadari dugaan tindakan tidak adil yang dilakukan terhadap dirinya. Konsumen dapat mengambil tindakan lebih lanjut untuk memperjuangkan haknya. Dengan kata lain ketika mengetahui haknya dilanggar oleh pelaku usaha, maka konsumen tidak hanya tinggal diam.

Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen pada pasal 4, hak-hak konsumen sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:PT.Rajagrafindo Persada,2015) hlm.5.

⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 *Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya⁹.

Kewajiban konsumen sesuai dengan pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut¹⁰.

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya¹¹.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha menurut ketentuan pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

⁹ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 4.

¹⁰ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 5.

¹¹ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 6.

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. 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;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian¹².

Jika dicermati, bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha berkaitan erat dengan hak dan kewajiban konsumen. Artinya hak konsumen merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula kewajiban konsumen merupakan hak yang diberikan kepada pelaku usaha.

Kebanyakan pelaku usaha penyewaan kamera DSLR dengan konsumen hanya sebatas perjanjian lisan, yang mana konsumen menyerahkan kartu identitas sebagai jaminan. Dari pasal-pasal di atas masih banyak tindakan konsumen yang beritikad tidak baik dalam perjanjian sewa menyewa kamera DSLR dapat dikategorikan sebagai wanprestasi. Wanprestasi adalah keadaan dimana salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana mestinya.

Dalam hal ini, konsumen yang beritikad tidak baik salah satunya telah melanggar kewajibannya untuk mengembalikan kamera DSLR tepat waktu, tidak merusak kamera DSLR, dan tidak menggunakan kamera DSLR untuk tujuan komersial tanpa izin dari pelaku usaha.

¹² Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 7.

Pelaku usaha memiliki hak untuk menuntut ganti rugi kepada konsumen yang beritikad tidak baik. Ganti rugi yang dapat dituntut oleh pelaku usaha meliputi biaya perbaikan atau penggantian kamera DSLR, biaya kehilangan kesempatan, dan biaya lain yang timbul akibat tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

Untuk melindungi hak pelaku usaha, maka perjanjian sewa menyewa kamera DSLR harus dibuat secara tertulis dan memuat ketentuan-ketentuan yang jelas mengenai hak dan kewajiban para pihak. Selain itu, pelaku usaha juga perlu melakukan verifikasi terhadap identitas konsumen sebelum menyewakan kamera DSLR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perjanjian sewa menyewa kamera DSLR di era ekonomi digital rentan terhadap tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Tindakan-tindakan tersebut dapat merugikan pelaku usaha, baik secara materi maupun non-materi. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengambil langkah-langkah pencegahan untuk melindungi diri dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Langkah-langkah tersebut dapat berupa:

1. Menyusun perjanjian sewa menyewa yang jelas dan komprehensif yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak.
2. Melakukan verifikasi identitas dan kelengkapan dokumen penyewa.
3. Melakukan pemeriksaan kondisi kamera sebelum dan sesudah disewakan.
4. Memasang kamera CCTV di tempat penyimpanan kamera.

Selain itu, pelaku usaha juga dapat melakukan kerja sama dengan pihak ketiga, seperti perusahaan asuransi, untuk memberikan perlindungan terhadap kamera yang disewakan. Dengan mengambil langkah-langkah pencegahan tersebut, pelaku usaha dapat meminimalisir kerugian yang diakibatkan oleh tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha penyewaan kamera DSLR dan pihak-pihak terkait lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:PT.Rajagrafindo Persada,2015) hlm.5.
Nila Dwi Aprilia, “*PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA*,” *Ekonomi Pertahanan* 7, no. 2 (August 28, 2021): 245–59.
Prodjodikoro, Wirjono. 1981. *Azas-azas Hukum Pidana Indonesia*. Jakarta: Eresco. Hal. 49.
Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1975, hlm. 48.

Undang Undang:

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 *Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.*

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen,* pasal 4.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen,* pasal 5.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen,* pasal 6.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen,* pasal 7.

Jurnal:

Data Indonesia, “*Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022,*” DataIndonesia.id, accessed February 17, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

Eddy Soeryanto Soegoto and Muhammad Habibi Putera, “*PENGARUH RISIKO PADA E-COMMERCE,*” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 27–35, <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.215>.

Moch Endang Djunaeni, “*ETIKA BISNIS SYARIAH,*” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah* 7, no. 1 (February 15, 2016), <https://doi.org/10.24235/amwal.v7i1.219>.