

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, jenis strategi pemasara terus berkembang menjadi berbagai macam jenis. Salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan oleh pelaku usaha ialah teknik *upselling*. *Upselling* adalah strategi pemasaran dengan cara penambahan nilai guna atau manfaat pada produk yang dipilih konsumen untuk mendapatkan kepuasan yang lebih dengan mengeluarkan biaya yang lebih banyak pula. Permasalahan timbul ketika banyak konsumen Kedai Starbucks Indonesia mengalami kerugian karena kerap kali teknik *upselling* yang dilakukan Kedai Starbucks Indonesia melanggar hak-hak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaturan hukum mengenai *upselling* yang menimbulkan kerugian konsumen dan akibat hukum bagi Starbucks Indonesia apabila terjadi kerugian konsumen. Metode pendekatan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik data sekunder yang didukung data primer, yaitu dengan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan yang didapatkan oleh konsumen Kedai Starbucks Indonesia diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Akibat hukum yang dapat dihadapi oleh Kedai Starbucks Indonesia karena melakukan *upselling* yang menimbulkan kerugian bagi konsumen ialah sanksi administratif, sanksi perdata, maupun sanksi pidana yang telah diatur pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, *Upselling*, Kerugian Konsumen