

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HUKUM BISNIS: TANTANGAN DAN SOLUSI

Anggrio Shane Gerard

Universitas Tarumanagara, Indonesia

*Corresponding Author:
anggrio279@gmail.com

Abstract.

In business activities, consumers are subjects who need to be protected in carrying out trade practices for the sale and purchase of goods/services. However, in practice, consumers often still experience losses due to defective, damaged, or non-conforming products. This study aims to address challenges and solutions in the context of consumer protection in business law. The method used is a normative empirical method, with data obtained from primary, secondary, and tertiary legal materials. The results of the study reveal that challenges faced in enforcing consumer protection principles include unequal bargaining positions with business actors, weak law enforcement, and slow regulations in facing the era of trade globalization. When compared with practices as implemented in developed countries such as the United States, the European Union, and Singapore, consumer protection in Indonesia still lags behind in terms of its implementation effectiveness. It is recommended that consumer protection can be optimized through a series of comprehensive strategies that include regulatory reforms, strengthening the role of consumer protection institutions, increasing the firmness of law enforcement, and increasing literacy and awareness among the public.

Keywords: Consumer protection, business law, challenges, solution

PENDAHULUAN

Negara memberikan perhatian khusus dalam implementasi hukum bisnis, mengingat aktivitas bisnis tidak lepas dari pergerakan kehidupan masyarakat negara. Hal ini juga berkaitan dengan arus perputaran uang untuk berbagai kegiatan perekonomian, misalnya dalam transaksi antara pelanggan dengan penjual. Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan dan permintaan

masyarakat terus meningkat. Hal ini secara langsung juga meningkatkan pergerakan roda perekonomian negara.¹

Dalam konteks ini, sistem pasar perekonomian diselenggarakan sesuai dengan menjalankan prinsip *supply-demand*, dimana diikuti dengan adanya persaingan tinggi diantara produsen yang cenderung berlomba-lomba dalam pemenuhan keinginan serta kebutuhan konsumennya.² Hal ini mengakibatkan peranan dari konsumen dalam suatu sistem dari pasar perekonomian signifikan dan besar. Hal ini sesuai dengan status konsumen sebagai individu/kelompok yang berhak dalam pemilihan produk tertentu yang mempunyai posisi tawar kuat sebagai pembeli³.

Signifikansi dari peran yang dimiliki konsumen ini mengakibatkan dibutuhkannya suatu perlindungan dalam bentuk hukum atas hak-hak mereka dalam sebuah pasar. Sebagai konsumen yang akan dilindungi, mereka dikategorikan sebagai konsumen akhir. Hal ini berarti konsumen merupakan orang yang memerlukan produk, baik barang/jasa yang sifatnya aman bagi keamanan jiwa dan kesehatan tubuhnya, maupun bagi kesejahteraan rumah tangganya. Hal ini yang melandasi dibutuhkannya suatu kaidah hukum yang dapat memberikan penjaminan atas persyaratan aman dari produk konsumen untuk konsumsi manusianya, dilengkapi dengan informasi yang jujur, benar, serta bertanggungjawab⁴.

Konsumen yang berada dalam posisi yang lemah seringkali tidak memahami sepenuhnya hak dan kewajibannya menurut hukum perlindungan konsumen. Hal ini disebabkan oleh ketidaktahuan dan kurangnya pemahaman tentang hal tersebut. Sebagai akibatnya, konsumen rentan menjadi sasaran bisnis bagi pelaku usaha yang ingin mengambil keuntungan sebanyak mungkin⁵. Salah satu cara untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan adalah dengan memberikan kompensasi atas kerugian yang timbul akibat kerusakan produk yang dibeli. Produk rusak/cacat yang dimaksudkan disini dapat diartikan sebagai produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya karena kelalaian atau kesalahan, atau karena ketidakmampuan

¹ Susanto, Dinantara, Sutoro MD, and M. Iqbal. "Pengantar Hukum Bisnis." *Pamulang: Universitas Pamulang*, 2019.

² Mahayani, S., Zuhairi, A., & Saleh, M. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Commerce Law*, 2(1), 2022.

³ Nasution, A. H. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E Commerce (Analisis Klausula Baku Pada Kasus Produk Cacat). *Jurnal Landraad*, 2(2), 157-181, 2023.

⁴ A. Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, (Diadit Media, Yogyakarta, 2001)

⁵ Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen, Nusa Media, Bandung, 2010

menyediakan tingkat keamanan yang memadai bagi pengguna, seperti yang diharapkan oleh konsumen.⁶

Kemudian aktual dari isu perlindungan konsumen bukanlah semata karena keseringan dari isu perlindungan konsumen yang dimanfaatkan sebagai alat politiknya guna memenuhi kehendak ekonomi negara-negara besar pada perdagangan internasional, melainkan diakibatkan karena terjadinya peningkatan atas kebutuhan masyarakat dalam menjalankan pemajuan dan perlindungan kepentingan kemanusiaan, yang hadir sebagai akibat transaksi jual beli jasa/barang⁷.

Perlindungan konsumen juga ditandai sebagai fenomena yang berhubungan erat dengan globalisasi dunia usaha. Hal ini terlihat jelas secara tekstual sebagaimana dicantumkan pada Undang-undang No.8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Isinya memberikan suatu pernyataan penegasan bahwa keterbukaan dari Pasar Nasional, yang dihadirkan sebagai imbas dari globalisasi ekonominya ditandai harus berkemampuan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat beserta dengan memberikan kepastian atas jumlah, mutu, dan keamanan barang/jasa yang diperoleh di pasarnya⁸. Kemudian, Pasal 1367 KUHPerdara, juga mengungkapkan bahwa seorang individu memegang suatu tanggungjawab atas barang yang mereka miliki/berada pada pengawasan. Dalam hal ini, segala dampak yang dihasilkan dari barang miliknya itu turut serta ada dalam proses pengawasan⁹.

Sesuai dengan ketentuan tersebut, pertanggungjawaban hukum merupakan kewajiban untuk menanggung konsekuensi secara hukum atas tindakan yang dapat dipersalahkan atau dituntut sebagai akibat dari perilaku seseorang atau pihak tertentu. Pertanggungjawaban atas produk merujuk pada tanggung jawab produsen atau penjual terhadap kerugian yang timbul dari barang atau jasa yang mereka produksi atau pasarkan. Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang didasarkan pada Pasal 27,

⁶ Ibid, hlm 37.

⁷ Geraint Howells and Stephen Weatherill, *Consumer Protection Law*, Second Edition (England: Ashgate Publishing Limited, 2005)

⁸ Wulanmas Frederik, *Aktualisasi Hukum Perlindungan Konsumen*, (Universitas Diponegoro Semarang, 2010)

⁹ Naibaho, K., Simangunsong, M., & Nababan, R. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik. *Jurnal Hukum Patik*, 8(2), 125-136, 2019.

Pasal 28D Ayat (1), dan Pasal 33 UUD 1945, mengatur hak dan kewajiban warga negara¹⁰.

Meskipun pada praktiknya sudah terdapat peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur tentang perlindungan hukum konsumen dalam hukum bisnis, pada kenyataannya di lapangan masih sering dijumpai berbagai persoalan di lapangan. Konsumen kerap kali menghadapi kerugian akibat produk cacat, kurangnya informasi yang transparan mengenai kualitas barang/jasa, hingga praktik bisnis tidak adil dari pelaku usaha. Lemahnya kesadaran hukum konsumen, rendahnya tingkat literasi, serta kurang optimalnya pengawasan dan penegakan hukum juga memperparah kondisi ini.

Atas kondisi tersebut, terdapat *gap* penelitian yang penting untuk diperhatikan, yakni masih minim kajian yang memberikan telaah secara komprehensif terkait tantangan dan solusi dalam penerapan perlindungan hukum dalam hukum bisnis, terutama dalam kaitannya dengan penerapan prinsip-prinsip keadilan konstitusional dan praktik bisnis modern di era globalisasi. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung lebih menekankan pada aspek normatif peraturan perundang-undangan, tetapi belum banyak yang menghubungkan antara efektivitas regulasi, kesadaran konsumen, serta tanggung jawab pelaku usaha secara aplikatif dalam transaksi bisnis kontemporer, termasuk yang sudah berbasis teknologi digital.

Novelty dari penelitian ini terlihat pada analisis secara integratif, yang menghubungkan aspek normatif dengan kondisi empirik yang sesungguhnya, dengan memberikan sorotan atas bagaimana tanggung jawab hukum atas produk cacat tidak hanya dipahami sebatas kewajiban legal formal, tetapi juga sebagai instrumen perlindungan konsumen dalam sistem ekonomi nasional yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Penelitian ini juga menghadirkan perspektif baru dengan menempatkan isu pertanggungjawaban produk dalam konteks perkembangan teknologi digital, sehingga dapat menyajikan kontribusi atas pengembangan konsep perlindungan konsumen secara adil, adaptif, serta relevan dengan tantangan bisnis modern. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melangsungkan penelitian dengan judul “Perlindungan Konsumen dalam Hukum Bisnis: Tantangan dan Solusi”.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Perlindungan Konsumen

¹⁰ Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441-450, 2023.

Teori hukum perlindungan konsumen merupakan kerangka konseptual yang memandang konsumen sebagai pihak yang rentan dan perlu dilindungi dari praktik-praktik bisnis yang merugikan atau tidak adil.¹¹ Teori ini menempatkan kepentingan dan hak-hak konsumen sebagai prioritas dalam hubungan konsumen-produk atau konsumen-penyedia layanan. Salah satu prinsip utama teori ini adalah bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan lengkap tentang produk atau layanan yang mereka beli. Selain itu, teori ini menegaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum yang memadai jika mereka mengalami kerugian atau ketidakpuasan akibat produk atau layanan yang cacat atau tidak memenuhi harapan.¹² Secara keseluruhan, teori hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan keseimbangan kekuatan antara konsumen dan produsen/penyedia layanan, serta memastikan bahwa konsumen memiliki akses yang adil dan setara dalam transaksi konsumen.

Pada dasarnya perlindungan konsumen ditandai sebagai suatu istilah yang diperuntukkan dalam menyatakan gambaran atas perlindungan hukum bagi konsumen dalam menjalankan upaya pemenuhan atas kebutuhan mereka dari hal-hal yang ditandai dapat merugikan mereka sendiri. Pada konteks hukum, istilah ini masih tergolong baru di Indonesia¹³.

Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam rangka mewujudkan perlindungan atas konsumen di Indonesia atas hal-hal yang ditandai dapat memberikan dampak kerugian atas konsumennya, sejak tanggal 20 April 1999, pemerintah Indonesia sudah memberikan penetapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang tersebut diperuntukkan dalam konteks untuk dijadikan landasan hukum yang kuat serta menyeluruh bagi lembaga perlindungan konsumen dalam swadaya masyarakat maupun pemerintah dalam menyelenggarakan untuk pemberdayaan konsumen dalam hal pendidikan dan pembinaan bagi konsumen.

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Keberadaan dasar hukum yang jelas memberikan optimisme dalam menjalankan perlindungan terhadap hak-hak

¹¹ Nasution, A. H. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E Commerce (Analisis Klausula Baku Pada Kasus Produk Cacat). *Jurnal Landraad*, 2(2), 157-181, 2023.

¹² Mahayani, S., Zuhairi, A., & Saleh, M. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Commerce Law*, 2(1), 2022.

¹³ Janus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), halaman 7

konsumen. Regulasi mengenai perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 1 ayat 1 UUPK menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Happy Sutanto menjelaskan bahwa kepastian hukum ini mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, sehingga memberikan harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang merugikan konsumen.

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia muncul pada tahun 1970, yang ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) pada bulan Mei 1973. Pembentukan yayasan ini dipicu oleh kesadaran masyarakat akan promosi barang-barang dalam negeri yang memerlukan pengawasan untuk melindungi masyarakat dan memastikan kualitas barang. Keinginan masyarakat untuk melindungi dirinya dari produk berkualitas rendah mendorong gerakan untuk melindungi konsumen.

Essensi dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak lain untuk mengatur perilaku pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen secara hukum. Hal ini mencerminkan upaya untuk menciptakan norma hukum perlindungan konsumen, serta mendorong sikap usaha yang bertanggung jawab dan meningkatkan martabat konsumen. Dalam ketentuan yang dicantumkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah diatur enam pokok materi, termasuk larangan-larangan, tanggung jawab produsen, tanggung gugat produk, perjanjian atau klausula baku, penyelesaian sengketa, dan ketentuan pidana.

Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Adapun seperti yang tercantum pada Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, memberikan suatu penegasan bahwa perlindungan konsumen dilaksanakan berasaskan keadilan, manfaat, keseimbangan, keselamatan konsumen, hingga kepastian hukumnya¹⁴. Kemudian, peraturan perundang-undangan tersebut juga mengungkapkan bahwa perlindungan konsumen diimplementasikan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang ditandai mempunyai relevansi dalam konteks pembangunan nasional, yakni¹⁵:

¹⁴ Fithri, B. S., Munthe, R., & Lubis, A. A. Asas Ultimum Remedium/The Last Resort Principle Terhadap Pelaku Usaha dalam Hukum Perlindungan Konsumen. *Doktrina: Journal of Law*, 4(1), 2021.

¹⁵ Nawi, S. Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Pleno Jure*, 7(1), 1-8, 2018.

- a. Asas manfaat yang diperuntukkan untuk menggarisbawahi bahwa seluruh upaya yang ditempuh dalam upaya penyelenggaraan perlindungan konsumen sekaligus dan pelaku usaha secara menyeluruh.
- b. Asas keadilan diperuntukkan supaya partisipasi rakyat dapat diberikan perwujudannya secara optimal, sekaligus memberikan suatu kesempatan untuk konsumen beserta dengan pelaku usahanya dalam mendapatkan hak serta melaksanakan kewajiban mereka dengan adil.
- c. Asas keseimbangan diperuntukkan untuk dapat memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, maupun pemerintahan dalam arti spiritual maupun materil.
- d. Asas keselamatan serta keamanan konsumen, yang diperuntukkan untuk dapat memberikan jaminan atas kemanan dan keselamatan kepada konsumen dalam upaya penggunaan, pemakaian, maupun pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan ataupun dikonsumsi.
- e. Asas kepastian hukum diperuntukkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen dapat menaati dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kemudian, seperti yang diungkapkan pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen bahwa pelaksanaannya ditujukan untuk¹⁶:

- a. Memaksimalkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.
- b. Mengangkat harkat serta martabat konsumen melalui upaya menghindarkan mereka dari berbagai akses negatif dalam hal penggunaan barang/jasa.
- c. Memaksimalkan pemberdayaan konsumen dalam menjalankan upaya untuk memilih, menentukan, serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum maupun keterbukaan informasi. Hal ini disertai dengan akses memperoleh informasinya.
- e. Mendorong kesadaran pelaku usaha terkait pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur serta bertanggungjawab dalam menjalankan segenap upaya usahanya.

¹⁶ Kristiyanti, C. T. S. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika, 2022.

- f. Memaksimalkan kualitas barang/jasa yang dapat memberikan jaminan atas keberlangsungan usaha produksi barang/jasa, kesehatan, keamanan, kenyamanan, maupun keselamatan konsumennya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni pendekatan penelitian yang berfokus pada pengamatan secara komprehensif dalam melakukan pengkajian dan pembahasan pada suatu topik, fenomena atau kajian yang diteliti.¹⁷ Dalam ruang lingkup metode kualitatif, dilaksanakan pendekatan hukum empiris normatif, yang mana diartikan sebagai metode penelitian yang dilakukan dengan cara menggabungkan unsur hukum normatif yang kemudian didukung dengan penambahan data atau unsur empiris.¹⁸ Penelitian normatif empiris juga dikategorikan sebagai penelitian hukum yang diselenggarakan dengan cara mengkaji dan menguji data sekunder yang berupa hukum positif khususnya di bidang hukum yang berkaitan dengan praktik perlindungan hukum konsumen dalam hukum bisnis.

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis, yaitu menggambarkan secara sistematis permasalahan yang diteliti sekaligus menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dikaitkan dengan analisis tanggungjawab hukum produsen terhadap kerugian konsumen akibat produk cacat, berdasarkan perspektif hukum perlindungan konsumen. Data dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, sebagaimana diperoleh dari:

1. Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan beserta peraturan pelaksana lainnya, yang terdiri dari :
 - a. Undang-Undang Dasar 1945 Hasil Amandemen
 - b. Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - c. Pasal 1365-1367 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti buku atau hasil penelitian.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.

¹⁸ Anthon F. Susanto dan Jhon Ibrahim, *Penelitian Hukum Transformatif*, Setara Press, Jakarta, 2015, hlm 37.

3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan sekunder, seperti opini masyarakat yang dipublikasikan maupun berita-berita *online* yang relevan di media.

Teknik analisis data yang ditempuh dalam penelitian ini berupa analisis yuridis normatif (dogmatis), yang adalah pendekatan yang menempatkan hukum sebagai norma atau kaidah yang bersifat otonom dan terpisah dari gejala-gejala sosial lainnya. Secara sederhana, metode ini fokus pada hukum positif yang berlaku, yaitu hukum yang tertulis dan diundangkan oleh lembaga yang berwenang.¹⁹ Analisis yuridis normatif digunakan sebagai prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan dari sisi normatif hukum. Hal ini berarti bahwa peneliti berupaya menemukan aturan hukum, asas hukum, dan doktrin hukum untuk menjawab isu hukum yang dihadapi terkait perlindungan konsumen dalam hukum bisnis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Hukum Bisnis

Perlindungan konsumen dalam hukum bisnis menghadapi sejumlah tantangan mendasar yang bersumber dari perbedaan antara norma hukum yang berlaku dengan praktiknya di lapangan. Secara normatif, perangkat hukum di Indonesia sudah cukup memadai dengan hadirnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, KUHPerdata, serta jaminan konstitusional dalam UUD 1945. Instrumen tersebut memberikan dasar hukum yang kuat mengenai hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, serta kepastian hukum dalam kegiatan transaksi barang maupun jasa. Akan tetapi, dalam realitas sosial, seringkali konsumen masih berada pada posisi yang lemah, baik dalam hal akses terhadap keadilan, pengetahuan tentang hak-haknya, maupun posisi tawar terhadap pelaku usaha. Kesenjangan inilah yang membuat perlindungan hukum tidak optimal dan sering hanya sebatas norma tertulis, tanpa diikuti implementasi yang efektif.²⁰

Salah satu tantangan utama adalah lemahnya kesadaran dan literasi konsumen. Banyak konsumen di Indonesia tidak memahami hak-haknya secara utuh, misalnya hak atas informasi yang jelas, hak atas barang yang aman, serta hak untuk memperoleh kompensasi bila mengalami kerugian akibat produk yang rusak/cacat. Rendahnya literasi hukum menyebabkan konsumen cenderung pasif dan enggan menuntut haknya, meskipun telah mengalami kerugian. Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa konsumen masih

¹⁹ Muhammad Rizky, "Analisis Yuridis Terhadap Restrukturisasi Kredit Macet pada Bank XYZ", Tesis Magister Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, 2021, hlm. 78

²⁰ Opcit, Susanto dan Iqbal, 2019, hlm 49.

dianggap rumit, mahal, dan memakan waktu lama. Faktor ini semakin memperlemah motivasi konsumen untuk melapor atau menggugat pelaku usaha yang merugikan.²¹

Selain itu, terdapat tantangan berupa ketidakadilan posisi tawar antara konsumen dan produsen. Dalam praktik bisnis modern, produsen seringkali lebih unggul karena memiliki sumber daya besar, teknologi, dan strategi pemasaran yang agresif, sementara konsumen berada dalam posisi rentan. Pelaku usaha kerap menyembunyikan informasi penting terkait produk, menggunakan iklan yang menyesatkan, hingga menetapkan klausul baku dalam perjanjian yang merugikan konsumen. Posisi tawar yang timpang ini menempatkan konsumen sebagai pihak yang mudah dieksploitasi, padahal secara hukum konsumen seharusnya dilindungi dari segala praktik curang dan tidak adil.

Tantangan lainnya muncul dari era digital dan globalisasi perdagangan. Perkembangan *e-commerce* maupun transaksi lintas batas menghadirkan dinamika baru dalam hubungan bisnis. Konsumen semakin sering berbelanja melalui *platform* daring, namun regulasi yang ada belum sepenuhnya adaptif dalam mengatur sengketa digital, perlindungan data pribadi, serta tanggung jawab penyedia platform *marketplace*.²² Banyak ditemukan kasus konsumen tertipu oleh penjual fiktif, menerima barang yang tidak sesuai deskripsi, atau dirugikan karena kebocoran data pribadi. Di tingkat global, transaksi lintas negara juga menimbulkan problem yurisdiksi, karena konsumen sering kesulitan menuntut penjual luar negeri yang tidak tunduk pada hukum Indonesia. Kondisi ini menandakan bahwa tantangan perlindungan konsumen tidak hanya bersifat domestik, tetapi juga internasional.²³

Lemahnya penegakan hukum juga menjadi hambatan besar. Meskipun sudah terdapat Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), keberadaan lembaga ini sering belum maksimal dalam memperjuangkan kepentingan konsumen. Banyak kasus yang tidak sampai ke meja hijau atau selesai melalui mediasi

²¹ Agustini, Sri, Syafril Efendi, and Pamulyadi Pamulyadi. "Tantangan Dan Solusi Dalam Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu." *Journal of Global Legal Review* vol 2 no 2, 2024, 71-80.

²² Amaanulloh, Ilham Syuhada, Bahrul Haq, and Matin Dimas Satrio. "Tantangan Dan Solusi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Digital: Perspektif Hukum Bisnis Di Indonesia." *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan* vol 3 no 2, 2025, 9-16.

²³ Sebahi, Sri Ariany, and Hudi Yusuf. "Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Menjaga Keseimbangan Antara Kebebasan Berkontrak Dan Perlindungan Konsumen." *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* vol 1 no 3, 2024, 4756-4766.

informal tanpa memberikan efek jera bagi pelaku usaha. Sanksi hukum yang diberikan pun sering kali hanya bersifat administratif atau ganti rugi materiil dalam jumlah terbatas, sehingga tidak menimbulkan *deterrent effect* terhadap pelanggar. Sebagai akibatnya, pelaku usaha cenderung menganggap pelanggaran terhadap hak konsumen sebagai risiko bisnis biasa, bukan perbuatan melawan hukum yang serius.²⁴

Perbandingan Praktik Perlindungan Konsumen di Negara Lain

Perlindungan konsumen merupakan isu global yang diatur secara berbeda di tiap negara, namun memiliki tujuan yang sama, yaitu menjamin keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum bagi konsumen dalam aktivitas ekonomi. Di negara-negara maju, seperti Amerika Serikat, perlindungan konsumen telah berkembang dengan penerapan *doctrine of strict liability*, yang menempatkan produsen bertanggung jawab penuh atas kerugian akibat produk cacat tanpa harus dibuktikan adanya unsur kesalahan.²⁵ Model ini memberikan kepastian dan keadilan bagi konsumen karena proses pembuktian menjadi lebih sederhana. Di negara-negara Uni Eropa, praktik perlindungan konsumen ditopang oleh regulasi yang sangat ketat, misalnya *EU Directive on Consumer Rights* dan *General Product Safety Directive*, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi produk secara transparan, menjamin keamanan barang, dan memberikan hak konsumen untuk mengembalikan produk dalam periode tertentu tanpa syarat (*right of withdrawal*).²⁶

Negara-negara Uni Eropa juga memiliki mekanisme penyelesaian sengketa lintas negara melalui *European Consumer Centre Network* (ECC-Net) yang membantu konsumen menyelesaikan masalah dengan penjual di negara anggota lain. Sementara itu, di Singapura, perlindungan konsumen diatur dalam *Consumer Protection (Fair Trading) Act* dan *Lemon Law*, yang memberikan hak bagi konsumen untuk meminta penggantian, perbaikan, atau pengembalian dana bila produk yang dibeli cacat atau tidak sesuai perjanjian. Keunggulan Singapura terletak pada mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat dan

²⁴ Pembayun, Eys Putri, and Arifin Faqih Gunawan. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace." *Jurnal Fakta Hukum* vol 3 no 2, 2025, 84-94.

²⁵ Pratama, Ridwan Yoga. "Implementasi Asas Strict Liability Atas Tanggungjawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen: Studi Perbandingan Antara Indonesia & Amerika Serikat." *Lex Stricta: Jurnal Ilmu Hukum* vol 4 no 1, 2025, 81-92.

²⁶ Limanto, Carla Joycelyne, Felicia Eugenia, and Dave David Tedjokusumo. "Tantangan dalam Perlindungan Hukum Desain Industri di Indonesia: Perbandingan Hukum dengan Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang." *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* vol 5 no 2, 2024, 473-483.

efisien melalui *Small Claims Tribunal*, yang memungkinkan konsumen mengajukan klaim tanpa biaya besar dan prosedur berbelit.²⁷ Jika dibandingkan dengan Indonesia, peraturan yang ada melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memang sudah memberikan dasar hukum yang memadai, namun implementasinya masih tertinggal jauh dari negara-negara tersebut. Keterlambatan dalam pembaruan regulasi, lemahnya penegakan hukum, serta minimnya akses konsumen terhadap mekanisme pengaduan efektif membuat perlindungan konsumen di Indonesia belum setara dengan praktik terbaik internasional.

Solusi dan Strategi Optimalisasi Perlindungan Konsumen dalam Hukum Bisnis

Solusi dan strategi optimalisasi perlindungan konsumen dalam hukum bisnis harus dilakukan secara komprehensif, mencakup aspek regulasi, kelembagaan, penegakan hukum, serta peningkatan kesadaran masyarakat. Dari sisi regulasi, diperlukan pembaruan terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar lebih responsif terhadap perkembangan ekonomi digital, transaksi lintas batas, dan perlindungan data pribadi. Pengaturan mengenai tanggung jawab produk, klausul baku dalam perjanjian, serta standar keamanan barang dan jasa perlu diperketat, sehingga tidak memberi ruang bagi pelaku usaha untuk merugikan konsumen. Strategi kedua berupa memperkuat peran lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dengan memberikan kewenangan yang lebih luas serta dukungan anggaran dan sumber daya manusia yang memadai, sehingga mampu menyelesaikan sengketa konsumen dengan cepat, murah, dan adil.²⁸ Dari aspek penegakan hukum, sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen harus dibuat lebih tegas, tidak hanya sebatas administratif atau kompensasi, tetapi juga mencakup sanksi pidana dan denda yang menimbulkan efek jera. Selain itu, penerapan mekanisme gugatan kolektif (*class action*) perlu dipermudah untuk memperkuat posisi tawar konsumen dalam menghadapi pelaku usaha besar.

Di samping sisi, strategi optimalisasi juga harus menyasar pada peningkatan kesadaran dan literasi hukum konsumen. Pemerintah bersama lembaga pendidikan, media massa, dan organisasi masyarakat sipil perlu mengadakan program edukasi publik yang masif mengenai hak dan kewajiban konsumen, cara mengajukan pengaduan, serta risiko hukum jika hak-hak

²⁷ Kriswandaru, Althea Serafim. "Hukum Perlindungan Konsumen." *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 2024, 1-140.

²⁸ Opcit, Pembayun et al., 2024, hlm 89.

tersebut diabaikan. Upaya edukasi tersebut dinilai penting agar konsumen tidak lagi pasif, tetapi berani memperjuangkan haknya ketika mengalami kerugian. Selanjutnya, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat harus dibangun melalui pendekatan *multi-stakeholder*. Pelaku usaha didorong untuk menerapkan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan etika bisnis yang berorientasi pada keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Pemerintah berperan sebagai regulator dan pengawas, sedangkan masyarakat menjalankan fungsi kontrol sosial melalui pengawasan dan pelaporan terhadap praktik usaha yang merugikan.²⁹

Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi juga menjadi strategi penting dalam optimalisasi perlindungan konsumen. Pemerintah dapat mengembangkan platform digital pengaduan konsumen yang terintegrasi dengan *marketplace* dan lembaga peradilan, sehingga proses penyelesaian sengketa lebih cepat, transparan, dan mudah diakses.³⁰ Melalui strategi yang menyeluruh, perlindungan konsumen dalam hukum bisnis tidak hanya akan lebih efektif, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan tantangan era globalisasi dan digitalisasi, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem bisnis, memperkuat stabilitas ekonomi, dan mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat.

KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan bahwa perlindungan konsumen dalam hukum bisnis di Indonesia masih diperhadapkan dengan sejumlah tantangan yang kompleks, diantaranya adalah rendahnya literasi konsumen, ketimpangan posisi tawar dengan pelaku usaha, masih lemahnya penegakan hukum, serta keterlambatan regulasi dalam menghadapi era globalisasi perdagangan. Apabila dibandingkan dengan praktik sebagaimana diimplementasikan di negara maju seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, maupun Singapura, perlindungan konsumen di Indonesia masih tertinggal dalam hal efektivitas implementasi, akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang sederhana, serta kepastian hukum yang cepat dan adil. Maka dari itu, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan, antara lain dengan mengoptimalkan perlindungan konsumen melalui rangkaian strategi komprehensif yang mencakup pembaruan regulasi agar adaptif terhadap perkembangan zaman, menguatkan peran kelembagaan perlindungan konsumen, meningkatkan ketegasan penegakan hukum, peningkatan literasi

²⁹ Opcit, Agustini et al., 2024, hlm 76.

³⁰ Opcit, Amaanulloh et al., 2025, hlm 13.

dan kesadaran masyarakat, maupun menjalankan praktik kolaborasi *multi-stakeholder*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen, Nusa Media, Bandung, 2010
- Amaanulloh, Ilham Syuhada, Bahrul Haq, and Matin Dimas Satrio. "Tantangan Dan Solusi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Digital: Perspektif Hukum Bisnis Di Indonesia." *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan* vol 3 no 2, 2025, 9-16.
- Anthon F. Susanto dan Jhon Ibrahim, *Penelitian Hukum Transformatif*, Setara Press, Jakarta, 2015.
- A. Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Yogyakarta, 2001.
- Fithri, B. S., Munthe, R., & Lubis, A. A. Asas Ultimum Remedium/The Last Resort Principle Terhadap Pelaku Usaha dalam Hukum Perlindungan Konsumen. *Doktrina: Journal of Law*, 4(1), 2021.
- Geraint Howells and Stephen Weatherill, Consumer Protection Law, Second Edition. Ashgate Publishing Limited, England, 2005.
- Janus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.
- Kristiyanti, C. T. S. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika, Jakarta, 2022.
- Kriswandar, Althea Serafim. "Hukum Perlindungan Konsumen." *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 2024,1-140.
- Limanto, Carla Joycelyne, Felicia Eugenia, and Dave David Tedjokusumo. "Tantangan dalam Perlindungan Hukum Desain Industri di Indonesia: Perbandingan Hukum dengan Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang." *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* vol 5 no 2, 2024, 473-483.
- Mahayani, S., Zuhairi, A., & Saleh, M. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Commerce Law*, 2(1), 2022.
- Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441-450, 2023.
- Muhammad Rizky, "Analisis Yuridis Terhadap Restrukturisasi Kredit Macet pada Bank XYZ", Tesis Magister Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, 2021, hlm. 78
- Naibaho, K., Simangungsong, M., & Nababan, R. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik. *Jurnal Hukum Patik*, 8(2), 125-136, 2019.

- Nasution, A. H. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E Commerce (Analisis Klausula Baku Pada Kasus Produk Cacat). *Jurnal Landraad*, 2(2), 157-181, 2023.
- Nawi, S. Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Pleno Jure*, 7(1), 1-8, 2018.
- Pembayun, Eys Putri, and Arifin Faqih Gunawan. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance." *Jurnal Fakta Hukum* vol 3 no 2, 2025, 84-94.
- Pratama, Ridwan Yoga. "Implementasi Asas Strict Liability Atas Tanggungjawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen: Studi Perbandingan Antara Indonesia & Amerika Serikat." *Lex Stricta: Jurnal Ilmu Hukum* vol 4 no 1, 2025, 81-92.
- Sebahi, Sri Ariany, and Hudi Yusuf. "Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Baku Dalam Menjaga Keseimbangan Antara Kebebasan Berkontrak Dan Perlindungan Konsumen." *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara* vol 1 no 3, 2024, 4756-4766.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung, 2020.
- Susanto, Dinantara, Sutoro MD, and M. Iqbal. "Pengantar Hukum Bisnis." *Pamulang: Universitas Pamulang*, 2019.
- Wulanmas Frederik, Aktualisasi Hukum Perlindungan Konsumen, Universitas Diponegoro Semarang, 2010.