

PRINSIP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Dalam Mewujudkan Keadilan



Dr. Wiwik Sri Widiarty, S.H., M.H.

Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan

Dr. Wiwik Sri Widiarty, S.H., M.H.



PUBLIKA
GLOBAL MEDIA

Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan

Penulis: Dr. Wiwik Sri Widiarty, S.H., M.H.

Diterbitkan melalui:

Publika Global Media

Jl. Diponegoro 44, Gowongan, Jetis, 55232, Kota Yogyakarta, DIY

Email: publikaglobalmedia@gmail.com

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan

ISBN: 978-623-89364-2-7

Ukuran: viii + 91 hlm, 15.5 x 23 cm

Cetakan I: Juni 2024

Penyunting: T. Firmansyah

Penyelaras bahasa: J.H Kusuma & Iwan Priyadi

Tata letak: M.A.C Fayyadl

Desain sampul: Dimatech Indonesia

Hak cipta dilindungi undang-undang

All right reserved

Kata Pengantar

Dengan rasa terima kasih yang tulus dan rendah hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas kasih karunia ilahi yang memungkinkan penyelesaian buku monograf ini. Buku berjudul “Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan” ini merupakan hasil dari upaya pembahasan dan eksplorasi mendalam dalam menggali aspek penting dari transaksi elektronik yang merentang melewati batas-batas negara.

Dunia saat ini telah mengalami perubahan besar dalam hal bagaimana bisnis dan transaksi dilakukan. Teknologi informasi telah memfasilitasi transaksi lintas batas secara signifikan, membuka peluang tak terbatas namun juga menimbulkan tantangan yang signifikan dalam hal hukum dan perlindungan konsumen.

Dalam karya ini, penulis berusaha untuk menyajikan penjelasan yang komprehensif terhadap landasan hukum, tantangan, implikasi, dan rekomendasi terkait dengan hukum perlindungan konsumen. Tujuannya tidak hanya untuk memberikan gambaran, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai permasalahan ini.

Pembahasan ini dikerjakan dengan penuh dedikasi dan semangat untuk memberi sumbangan besar dalam ranah pengetahuan, terutama di bidang hukum internasional dan perlindungan konsumen. Penulis juga berharap karya ini bisa menjadi bahan referensi yang berguna bagi para praktisi hukum, pemerintah, pelaku usaha, dan peneliti lain yang tertarik dalam topik yang sama.

Sebagai penutup, Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pembuatan buku ini. Saya harap karya ini bermanfaat bagi pembaca dan memberikan pemahaman kepada mereka yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi dalam hukum perlindungan konsumen.

Jakarta, Juni 2024

Dr. Wiwik Sri Widiarty, S.H., M.H.

Daftar Isi

| | |
|--|------------|
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | vii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Prinsip Dasar Perlindungan Konsumen..... | 1 |
| 1.2. Tujuan dan Ruang Lingkup Buku..... | 10 |
| BAB 2 KONSUMEN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN | 13 |
| 2.1. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen | 13 |
| 2.2. Sejarah dan Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen..... | 17 |
| 2.3. Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen | 25 |
| BAB 3 KERANGKA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA | 35 |
| 3.1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) | 35 |
| 3.2. Peraturan pelaksana dan kebijakan terkait..... | 39 |
| 3.3. Perbandingan dengan hukum perlindungan konsumen di negara lain. | 43 |
| BAB 4 PENERAPAN DAN EVALUASI PRINSIP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN | 49 |
| 4.1. Identifikasi dan Penerapan Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen | 49 |

4.2. Evaluasi Efektivitas Prinsip Keadilan dalam Perlindungan Konsumen. 57

BAB 5 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN

PERLINDUNGAN KONSUMEN 67

5.1. Faktor Hukum dan Politik67

5.2. Faktor Ekonomi.....69

5.3. Faktor Sosial dan Budaya71

5.4. Faktor Institusional.....72

5.5. Faktor Globalisasi.....73

5.6. Faktor Edukasi dan Kesadaran Konsumen75

5.7. Faktor Keterlibatan Masyarakat Sipil76

5.8. Faktor Infrastruktur dan Sumber Daya77

Daftar Pustaka 79

Daftar Indeks 89

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Prinsip Dasar Perlindungan Konsumen

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, konsumen sering kali berhadapan dengan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan di pasar, baik melalui platform daring maupun luring.¹ Hukum perlindungan konsumen menjaga hak-hak konsumen dan memastikan adanya keseimbangan dalam transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, dalam praktiknya, konsumen sering menghadapi berbagai masalah yang kompleks. Salah satu masalah utama adalah kurangnya informasi yang transparan tentang produk atau layanan yang dibeli. Konsumen sering kali menerima informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap, sehingga mereka tidak dapat membuat

¹ Tio, William Angelo, and Johny Budiman. "Analisis Sistem Pembayaran Digital Pada Era Globalisasi." In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, vol. 1, no. 1, pp. 1917-1927. 2021.

keputusan yang benar-benar berdasarkan pengetahuan. Label produk yang tidak jelas atau iklan yang berlebihan dapat membuat konsumen membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan atau yang tidak sesuai dengan harapan mereka.²

Selain itu, masalah ketidakjujuran dan penipuan oleh pelaku usaha juga masih menjadi isu yang serius. Banyak kasus di mana konsumen dirugikan karena produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau mengalami kerusakan yang tidak segera ditanggapi oleh penjual. Dalam beberapa situasi, pelaku usaha sengaja menutupi cacat produk atau menggunakan praktik-praktik penjualan yang tidak etis untuk memaksimalkan keuntungan tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap konsumen.³ Hal ini sering kali diperburuk oleh kurangnya pengawasan yang efektif dari pihak berwenang, sehingga konsumen kesulitan mendapatkan keadilan.

Konsumen juga sering dihadapkan pada masalah garansi dan layanan purna jual yang tidak memadai. Banyak pelaku usaha yang menawarkan garansi yang tampaknya menarik, tetapi pada kenyataannya garansi tersebut sulit untuk diklaim atau memiliki banyak syarat dan ketentuan yang memberatkan konsumen.⁴

² Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika, 2022.

³ Dewi, Eli Wurua. "Hukum perlindungan konsumen." (2015).

⁴ Panjaitan, Hulman. "Hukum Perlindungan Konsumen." (2021).

Konsumen yang ingin mengklaim garansi sering kali harus melalui prosedur yang rumit dan memakan waktu, dan pada akhirnya garansi tersebut tidak dapat digunakan. Layanan purna jual yang buruk juga menjadi sumber frustrasi, di mana pelaku usaha tidak memberikan dukungan yang memadai setelah produk dibeli, baik dalam hal perbaikan, penggantian, atau konsultasi teknis.

Masalah lain yang sering dihadapi konsumen adalah harga yang tidak wajar dan adanya biaya tersembunyi. Konsumen sering kali mendapati bahwa harga yang ditampilkan tidak mencerminkan total biaya yang harus mereka bayar. Dalam pembelian tiket pesawat atau layanan telekomunikasi, sering terdapat biaya tambahan yang tidak diinformasikan sejak awal.⁵ Hal ini membuat konsumen merasa tertipu dan merugikan keuangan mereka. Selain itu, harga yang tidak wajar juga menjadi masalah, di mana konsumen membayar lebih untuk produk atau layanan yang seharusnya dapat diperoleh dengan harga yang lebih masuk akal.

Tidak hanya itu, perlindungan data pribadi juga menjadi perhatian serius dalam konteks hukum perlindungan konsumen. Dalam era digital ini, data konsumen sering kali dikumpulkan dan digunakan tanpa sepengetahuan atau persetujuan mereka. Pelaku usaha dapat menyalahgunakan data ini untuk kepentingan

⁵ Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

komersial, yang bisa berujung pada pelanggaran privasi dan keamanan konsumen. Kebocoran data pribadi juga dapat mengakibatkan berbagai risiko seperti penipuan identitas dan pencurian finansial. Meskipun ada undang-undang yang mengatur perlindungan data pribadi, pelaksanaannya sering kali tidak konsisten dan kurang efektif.

Kemudian, dalam hal transaksi online, konsumen sering menghadapi tantangan tambahan seperti ketidakpastian pengiriman dan kualitas produk. E-commerce yang berkembang pesat membawa serta risiko baru, di mana konsumen tidak dapat secara langsung melihat dan memeriksa barang sebelum membelinya. Hal ini sering kali mengakibatkan kekecewaan ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan.⁶ Selain itu, masalah pengiriman yang lambat atau bahkan hilangnya barang selama pengiriman menjadi keluhan yang umum. Proses pengembalian barang yang rumit dan memakan waktu juga menambah beban bagi konsumen. Tanpa adanya hukum yang kuat dan efektif, konsumen dapat dengan mudah menjadi korban penipuan, produk cacat, atau layanan yang tidak memenuhi standar yang diharapkan.

⁶ Paryadi, Deky. "Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum & Pembangunan* 48, no. 3 (2018): 651-669.

Perlindungan konsumen juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pasar. Ketika konsumen merasa aman dan yakin bahwa hak-hak mereka dihormati, mereka lebih cenderung untuk melakukan transaksi dan berpartisipasi aktif dalam ekonomi. Hal ini pada gilirannya mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi, karena perusahaan didorong untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Sebaliknya, jika konsumen sering kali mengalami masalah seperti penipuan atau produk berbahaya tanpa ada tindakan yang memadai dari pihak berwenang, kepercayaan mereka terhadap pasar akan menurun, yang akhirnya berdampak negatif pada perekonomian secara keseluruhan.

Selain itu, hukum perlindungan konsumen membantu dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan kompetitif. Dengan adanya regulasi yang jelas dan tegas, perusahaan dipaksa untuk bersaing berdasarkan kualitas dan harga yang wajar, bukan melalui praktik-praktik curang atau penipuan.⁷ Regulasi tentang label produk yang jelas dan jujur membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik dan terinformasi mengenai produk yang mereka beli. Ini juga mencegah perusahaan menggunakan

⁷ Aswar, Asrul, and Resdianto Willem. "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Memberikan Perlindungan Hukum yang Adil Bagi Konsumen." *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (2023): 11-23.

klaim-klaim palsu atau menyesatkan untuk menarik konsumen, sehingga menciptakan pasar yang lebih transparan dan kompetitif.

Di samping itu, hukum perlindungan konsumen memiliki dampak langsung terhadap kesehatan dan keselamatan publik. Produk-produk yang beredar di pasar harus memenuhi standar keamanan tertentu agar tidak membahayakan pengguna. Hukum ini mengatur berbagai aspek, mulai dari makanan dan minuman, obat-obatan, hingga produk elektronik dan mainan anak-anak. Tanpa adanya regulasi yang ketat dan pengawasan yang efektif, konsumen berisiko terkena dampak negatif dari produk-produk yang berbahaya atau tidak layak konsumsi. Kasus-kasus seperti produk makanan yang terkontaminasi atau mainan anak yang mengandung bahan beracun menunjukkan betapa pentingnya peran hukum perlindungan konsumen dalam melindungi kesehatan dan keselamatan masyarakat.

Perwujudan hukum perlindungan konsumen juga mendukung keberlanjutan lingkungan. Dalam beberapa dekade terakhir, ada peningkatan kesadaran akan pentingnya produk dan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Hukum perlindungan konsumen sering kali mencakup regulasi yang mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi yang akurat tentang dampak lingkungan dari produk mereka. Konsumen yang peduli dengan isu lingkungan dapat membuat keputusan yang lebih baik dan

memilih produk yang lebih ramah lingkungan.⁸ Ini memberikan insentif bagi perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Namun, pentingnya hukum perlindungan konsumen tidak hanya berhenti pada pembentukan regulasi, tetapi juga pada penegakannya. Tanpa penegakan hukum yang efektif, regulasi yang ada hanya akan menjadi dokumen tanpa kekuatan nyata. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait harus memiliki sumber daya yang memadai dan komitmen kuat untuk menegakkan hukum perlindungan konsumen. Ini termasuk tindakan tegas terhadap pelanggaran, pemberian sanksi yang sesuai, dan mekanisme pengaduan yang mudah diakses oleh konsumen. Pendidikan dan kesadaran konsumen juga merupakan aspek penting. Konsumen perlu diberdayakan dengan pengetahuan yang cukup tentang hak-hak mereka dan cara melindungi diri dari praktik-praktik bisnis yang merugikan.

Secara keseluruhan, hukum perlindungan konsumen merupakan pilar penting dalam masyarakat modern yang tidak hanya melindungi hak-hak individu tetapi juga mendorong ekonomi yang sehat, kompetitif, dan berkelanjutan. Melalui

⁸ Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih. "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online." *Serambi Hukum* 11, no. 01 (2017): 27-40.

regulasi yang adil dan penegakan hukum yang efektif, masyarakat dapat memastikan bahwa konsumen dilindungi dari bahaya dan ketidakadilan, sementara pelaku usaha didorong untuk beroperasi secara etis dan bertanggung jawab. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen berperan penting dalam menciptakan lingkungan ekonomi yang adil, aman, dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Berbagai pembahasan telah dilakukan untuk menjelaskan aspek-aspek yang berbeda dari hukum perlindungan konsumen. Ramsay (2012)⁹ membahas mengenai evolusi hukum perlindungan konsumen dari perspektif historis dan hukum perbandingan. Ramsay menekankan pentingnya regulasi yang adaptif untuk menghadapi perubahan dinamika pasar. Selanjutnya, Brown dkk. (2015)¹⁰ mengkaji bagaimana hukum perlindungan konsumen mempengaruhi perilaku pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Brown menemukan bahwa adanya regulasi yang jelas dan tegas dapat meningkatkan partisipasi konsumen dalam pasar dan mendorong perusahaan untuk berinovasi.

⁹ Ramsay, Iain. *Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets*. Bloomsbury Publishing, 2012.

¹⁰ Browne, M. Neil, Kerin Bischoff Clapp, Nancy K. Kubasek, and Lauren Biksacky. "Protecting consumers from themselves: consumer law and the vulnerable consumer." *Drake L. Rev.* 63 (2015): 157.

Pembahasan oleh Sadriwala dkk. (2018)¹¹ menyoroti tantangan-tantangan baru yang dihadapi konsumen di era digital, seperti privasi data dan keamanan transaksi online. White menyarankan perlunya pembaruan regulasi untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Sementara itu, Micklitz dkk. (2018)¹² membahas pentingnya penegakan hukum yang kuat dan mekanisme pengaduan yang efisien dalam menjamin hak-hak konsumen.

Pembahasan ini menyelidiki secara komprehensif perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen di Indonesia. Rumusan masalah pembahasan mencakup berbagai aspek yang akan dievaluasi dan dijelaskan secara mendetail. Pertama, pembahasan ini akan mengevaluasi efektivitas prinsip keadilan dalam perlindungan konsumen yang diterapkan di Indonesia berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ini melibatkan penjelasan terhadap keberlakuan, konsistensi, dan efektivitas regulasi yang ada dalam menjamin hak dan keamanan konsumen, terutama dalam konteks hukum perlindungan konsumen. Selanjutnya, pembahasan ini akan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan

¹¹ Sadriwala, Kaneez Fatima, and Said Eid Younes. "Consumer Protection in Digital Age." *Pacific Business Review International* 10, no. 11 (2018): 59-65.

¹² Micklitz, Hans-W., and Geneviève Saumier. *Enforcement and effectiveness of consumer law*. Springer International Publishing, 2018.

perlindungan konsumen. Ini mencakup pengkajian terhadap berbagai kendala atau hambatan yang mungkin dihadapi oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen dalam mewujudkan atau memanfaatkan sistem perlindungan konsumen.

Pembahasan ini akan mengintegrasikan deskripsi-deskripsi dari pembahasan tersebut dengan fokus khusus pada penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Selain itu, akan dilakukan penjelasan komparatif dengan sistem perlindungan konsumen di negara-negara lain untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif. Dengan demikian, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen dan upaya mewujudkan keadilan bagi konsumen.

1.2. Tujuan dan Ruang Lingkup Buku

Pembahasan ini mengkaji prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen dalam mewujudkan keadilan di Indonesia. Secara spesifik, pembahasan ini berupaya mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada serta bagaimana prinsip keadilan diterapkan dalam konteks perlindungan konsumen. Selain itu, pembahasan ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perlindungan konsumen dan kendala-kendala yang dihadapi oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen dalam mewujudkan

regulasi yang ada. Kontribusi penting dari pembahasan ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana hukum perlindungan konsumen dapat ditingkatkan untuk memastikan keadilan yang lebih baik bagi konsumen di Indonesia. Harapan dari hasil penjelasan ini adalah dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang konkret dan implementatif, yang dapat memperkuat kerangka hukum perlindungan konsumen dan menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan. Dengan demikian, pembahasan ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas perlindungan konsumen serta mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab.

Pembahasan tentang prinsip hukum perlindungan konsumen dalam mewujudkan keadilan memiliki berbagai manfaat signifikan yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi pembuat kebijakan, pembahasan ini menyediakan data dan penjelasan yang mendalam mengenai efektivitas regulasi saat ini, serta memberikan rekomendasi yang konkret untuk memperkuat kerangka hukum yang ada. Hal ini akan membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih responsif dan tepat sasaran guna melindungi hak-hak konsumen. Bagi pelaku usaha, pembahasan ini memberikan wawasan tentang pentingnya praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan hukum, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas

konsumen. Selain itu, bagi masyarakat umum dan konsumen, pembahasan ini berfungsi sebagai sumber informasi yang berharga tentang hak-hak mereka dan bagaimana mereka dapat melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan. Secara akademis, pembahasan ini juga memperkaya literatur mengenai hukum perlindungan konsumen dan dapat menjadi referensi bagi pembahasan lebih lanjut di bidang yang sama. pembahasan ini diharapkan dapat mendorong terciptanya lingkungan ekonomi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan, di mana hak-hak konsumen dihormati dan dijaga, serta keadilan dalam transaksi ekonomi dapat terwujud.

BAB 2

KONSUMEN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

2.1. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen

Pengertian konsumen dan perlindungan konsumen merupakan dua konsep yang erat kaitannya dalam konteks ekonomi modern. Konsumen secara umum adalah individu atau kelompok yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Menurut Robert B. Reich, ekonom dan politikus Amerika Serikat, konsumen adalah “pembeli akhir barang atau jasa yang memaksudkan penggunaan mereka bukan untuk produksi lebih lanjut.”¹³ Definisi ini menyoroti peran sentral konsumen dalam perekonomian sebagai penentu permintaan akhir atas produk dan layanan.

¹³ Reich, Robert B. “Toward a New Consumer Protection.” *U. Pa. L. Rev.* 128 (1979): 1.

Perlindungan konsumen, di sisi lain, merujuk pada upaya hukum dan kebijakan yang ditujukan untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan. Menurut OECD (Organisasi Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan), perlindungan konsumen mencakup “tindakan dan kebijakan yang ditujukan untuk melindungi hak-hak konsumen, meningkatkan keamanan dan kualitas produk dan layanan, serta memberikan informasi yang akurat sehingga konsumen dapat membuat pilihan yang cerdas dalam pasar.” Perlindungan ini mencakup berbagai aspek, seperti keamanan produk, informasi yang jujur, hak untuk mendapatkan ganti rugi jika terjadi kerugian, dan mekanisme pengaduan yang efektif.

Para ahli sering menekankan pentingnya perlindungan konsumen dalam konteks globalisasi dan kompleksitas ekonomi modern. Riefa & Séverine menyoroti bahwa “perlindungan konsumen adalah inti dari keadilan ekonomi, mengingat perbedaan daya tawar antara konsumen individual dan korporasi besar.”¹⁴ Pemahaman ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga berperan dalam menjaga keseimbangan kekuatan di pasar yang sering didominasi oleh perusahaan besar.

¹⁴ Riefa, Christine, and Séverine Saintier, eds. *Vulnerable consumers and the law: consumer protection and access to justice*. Routledge, 2020.

Di Indonesia, konsep perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menetapkan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar, hak untuk mendapatkan produk atau jasa yang aman, serta hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. Perwujudan undang-undang ini melibatkan berbagai lembaga, seperti Kementerian Perdagangan dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, untuk memastikan perlindungan yang efektif terhadap konsumen di berbagai sektor ekonomi.

Konsep perlindungan konsumen juga relevan dalam konteks global. Di Uni Eropa, Direktif Perlindungan Konsumen mendefinisikan standar minimum untuk perlindungan konsumen di seluruh negara anggota, termasuk hak untuk pengembalian barang yang cacat dan informasi yang jelas tentang harga dan produk. Pembahasan oleh Weatherill menunjukkan bahwa perlindungan konsumen yang kuat tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendorong inovasi dan persaingan yang sehat di pasar tunggal Eropa.¹⁵

Perkembangan teknologi juga mempengaruhi dinamika perlindungan konsumen. Dengan maraknya perdagangan

¹⁵ Weatherill, Stephen. *EU consumer law and policy*. Edward Elgar Publishing, 2013.

elektronik, konsumen menghadapi tantangan baru terkait privasi data, keamanan transaksi, dan keabsahan produk. Menurut Đurović, “perlindungan konsumen harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dalam lingkungan digital yang terus berubah.”¹⁶ Hal ini menunjukkan pentingnya regulasi yang adaptif dan inovatif dalam menjawab tantangan baru yang muncul di era digital ini.

Namun, tantangan dalam menerapkan perlindungan konsumen tidak bisa diabaikan. Banyak negara menghadapi kendala dalam memberlakukan regulasi yang konsisten dan efektif, terutama di sektor informal atau ekonomi digital yang sulit diawasi. Di beberapa negara berkembang, lemahnya infrastruktur hukum dan korupsi dapat menghambat perlindungan konsumen yang efektif. Hal ini karena ketidakseimbangan kekuasaan antara konsumen dan perusahaan, perlindungan konsumen sering kali menjadi isu yang rumit di banyak negara berkembang.

Di sisi lain, beberapa ahli berpendapat bahwa perlindungan konsumen yang terlalu ketat juga dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Milton Friedman, seorang ekonom liberal, memperingatkan bahwa regulasi yang berlebihan dapat

¹⁶ Đurović, Mateja. “Adaptation of consumer law to the digital age: EU directive 2019/2161 on modernisation and better enforcement of consumer law.” *Анали Правног факултета у Београду* 68, no. 2 (2020): 62-79.

mengurangi kebebasan ekonomi dan inisiatif bisnis, yang pada gilirannya dapat memperlambat kemajuan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Pendapat ini menggarisbawahi pentingnya mencari keseimbangan antara perlindungan konsumen yang efektif dan kemajuan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam menghadapi kompleksitas ini, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil menjadi krusial dalam memastikan bahwa perlindungan konsumen dapat diterapkan dengan baik dan memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak. Inisiatif seperti kampanye kesadaran konsumen, pelatihan untuk pelaku usaha mengenai praktik bisnis yang etis, dan pengembangan teknologi untuk meningkatkan transparansi pasar semuanya dapat berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di berbagai tingkat.

2.2. Sejarah dan Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen

Sejarah dan perkembangan hukum perlindungan konsumen melibatkan evolusi panjang yang dipengaruhi oleh perubahan sosial, ekonomi, dan politik di berbagai belahan dunia. Pada abad ke-19, revolusi industri mengubah lanskap ekonomi dengan cepat, memperkenalkan produksi massal dan perdagangan yang

semakin kompleks.¹⁷ Konsumen yang semakin urbanisasi dan terhubung dengan pasar global mulai menghadapi tantangan baru terkait kualitas produk, informasi yang jujur, dan praktik bisnis yang adil.

Pada awalnya, perlindungan konsumen terfokus pada regulasi yang menanggapi kekhawatiran kesehatan dan keselamatan publik. Di Amerika Serikat, munculnya *Pure Food and Drug Act* pada tahun 1906 sebagai respons terhadap kekhawatiran atas makanan dan obat-obatan yang tidak aman atau tidak layak konsumsi.¹⁸ Seiring waktu, pengaturan semakin berkembang untuk mencakup berbagai aspek lain dari konsumenisme modern.

Di Eropa, terutama setelah Perang Dunia II, fokus terhadap perlindungan konsumen semakin terlihat dengan pembentukan organisasi internasional seperti Dewan Eropa dan Uni Eropa. Adopsi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Eropa pada tahun 1985 adalah tonggak penting dalam menyatukan standar perlindungan konsumen di negara-negara anggota, menegaskan hak-hak dasar konsumen seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas, perlindungan terhadap praktik bisnis yang

¹⁷ Herrine, Luke. "What is consumer protection for?." *Loy. Consumer L. Rev.* 34 (2022): 1.

¹⁸ Young, James Harvey. *Pure food: securing the Federal Food and Drugs Act of 1906*. Vol. 1004. Princeton University Press, 2014.

tidak adil, serta hak untuk membatalkan atau mengembalikan produk yang tidak memenuhi standar.

Menurut David Howarth, sejarah perlindungan konsumen mencerminkan pergeseran dari pendekatan yang berfokus pada regulasi sektoral terhadap pendekatan yang lebih holistik untuk melindungi hak-hak konsumen secara menyeluruh. Ini termasuk pengembangan hukum kontrak dan hukum perdata umum untuk memperkuat kedudukan konsumen dalam transaksi ekonomi.¹⁹

Pendekatan ini juga tercermin di negara-negara berkembang, di mana kekhawatiran akan eksploitasi dan ketidakadilan terhadap konsumen menjadi semakin mendesak. Di India, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1986 adalah salah satu undang-undang pertama yang mengakui hak-hak konsumen secara formal dan memberikan kerangka kerja untuk penyelesaian sengketa konsumen yang efektif.

Perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia mengalami transformasi signifikan sejak era reformasi pada tahun 1998.²⁰ Sebelumnya, perlindungan konsumen masih terbatas dan tidak terkoordinasi dengan baik, menyebabkan kerentanan terhadap berbagai bentuk penipuan, produk tidak aman, dan

¹⁹ Howarth, David. "Internal policies: The Commission defends the EU consumer." *J. Common Mkt. Stud.* 46 (2008): 91.

²⁰ Yusuf Shofie, S. H. *Kapita selekta hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti, 2018.

praktik bisnis yang tidak etis. Namun, setelah reformasi, pemerintah Indonesia berkomitmen untuk memperkuat kerangka hukum perlindungan konsumen guna melindungi hak-hak konsumen yang semakin kompleks di tengah dinamika pasar yang global.

Sebagai negara yang sedang berkembang dengan populasi yang besar, Indonesia menghadapi tantangan besar dalam menjamin perlindungan yang adil bagi konsumennya. Menurut Jimly Asshiddiqie²¹, mantan Ketua Mahkamah Konstitusi Indonesia, “Perlindungan konsumen adalah bagian integral dari perlindungan hak asasi manusia secara keseluruhan. Hukum perlindungan konsumen harus mengatur hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan, produk yang aman dan berkualitas, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif.” Pernyataan ini mencerminkan pentingnya hukum perlindungan konsumen sebagai instrumen untuk menjaga keadilan dalam transaksi ekonomi.

Perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia juga tercermin dalam berbagai aturan tambahan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang telah untuk

²¹ Asshiddiqie, Jimly. “undang-undang dasar 1945: Konstitusi negara Kesejahteraan dan realitas masa depan.” PhD diss., Fakultas Hukum, Universitas Indonesia (UI), 1998.

meningkatkan efektivitasnya and menyesuaikan dengan perkembangan teknologi internet, digital dan transaksi elektronik. Salah satu aturan signifikan adalah pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, yang memperluas cakupan perlindungan terhadap transaksi elektronik dan peningkatan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Selain itu, Pemerintah sebagai langkah maju dalam menyelaraskan regulasi dengan perkembangan teknologi informasi dan perdagangan internasional juga mengundang Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Namun, perwujudan hukum perlindungan konsumen di Indonesia tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satunya adalah ketidaktegasan dalam penegakan hukum. Meskipun terdapat kerangka hukum yang kuat, tantangan utama terletak pada penegakan hukum yang konsisten dan efektif. Banyak kasus di lapangan menunjukkan bahwa pelanggaran hak konsumen seringkali tidak mendapatkan sanksi yang memadai.

Pentingnya hukum perlindungan konsumen semakin ditekankan dalam era globalisasi dan digitalisasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka pasar global bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan risiko terhadap praktik bisnis yang tidak etis atau penipuan konsumen. Perlindungan

konsumen saat ini tidak hanya melibatkan undang-undang nasional, tetapi juga kerjasama internasional untuk mengatasi tantangan lintas batas. Penting untuk mengembangkan kerangka kerja hukum yang adaptif dan responsif terhadap perubahan dinamika pasar global. Ini melibatkan koordinasi yang erat antara pemerintah, organisasi internasional, dan sektor swasta untuk memastikan bahwa konsumen di seluruh dunia dilindungi secara efektif.

Pada abad ke-21, isu-isu baru seperti privasi data, perlindungan konsumen dalam transaksi daring, dan hak konsumen di era digital menjadi sorotan utama dalam perkembangan hukum perlindungan konsumen. Uni Eropa, dengan Pengaturan Perlindungan Data Umum (*General Data Protection Regulation*/GDPR) telah menetapkan standar baru dalam melindungi informasi pribadi konsumen dan memberikan kontrol yang lebih besar kepada individu atas data mereka.²²

Menurut Tikkinen-Piri, era digital menuntut responsibilitas yang lebih besar dari pemerintah dan perusahaan untuk melindungi data konsumen. Regulasi seperti GDPR menunjukkan langkah signifikan dalam mengakui hak-hak konsumen di era

²² Voigt, Paul, and Axel Von dem Bussche. "The eu general data protection regulation (gdpr)." *A Practical Guide*, 1st Ed., Cham: Springer International Publishing 10, no. 3152676 (2017): 10-5555.

digital yang semakin kompleks ini.²³ Pertumbuhan e-commerce telah membawa tantangan baru terkait dengan transparansi informasi, keamanan transaksi, dan penyelesaian sengketa antara konsumen dan platform online. Menurut data BPS²⁴ dari hasil pendataan Survei Susenas 2022, 66,48 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022 dan 62,10 persen di tahun 2021, menciptakan lanskap baru di mana konsumen semakin rentan terhadap risiko penipuan dan pemalsuan produk.

Dalam menjawab tantangan ini, pemerintah Indonesia terus berupaya untuk mengadaptasi regulasi perlindungan konsumen sesuai dengan perkembangan zaman. Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjadi langkah signifikan untuk mengatur transaksi e-commerce secara lebih ketat. Hal ini mencerminkan kesadaran pemerintah akan pentingnya menghadirkan regulasi yang adaptif

²³ Tikkinen-Piri, Christina, Anna Rohunen, and Jouni Markkula. "EU General Data Protection Regulation: Changes and implications for personal data collecting companies." *Computer Law & Security Review* 34, no. 1 (2018): 134-153.

²⁴ BPS. Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. Diakses pada <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>

dan responsif terhadap perubahan lingkungan perdagangan global.

Namun, tantangan dalam mewujudkan hukum perlindungan konsumen tetap ada. Di banyak negara, meskipun ada kerangka hukum yang kuat, penegakan hukum sering kali masih terbatas. Birokrasi yang lambat, kurangnya sumber daya, dan resistensi dari sektor bisnis sering kali menjadi hambatan utama dalam menjamin kepatuhan terhadap regulasi perlindungan konsumen. Penguatan infrastruktur hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal sumber daya manusia yang mampu mengawasi dan menegakkan regulasi dengan baik.

Penegakan hukum yang efektif memerlukan kolaborasi yang erat antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan sektor swasta. Perlu ada insentif yang jelas untuk memastikan bahwa pelaku bisnis mematuhi standar perlindungan konsumen dan bahwa konsumen memiliki akses yang mudah untuk melaporkan pelanggaran dan mendapatkan kompensasi yang pantas.²⁵

Perkembangan hukum perlindungan konsumen terus beradaptasi dengan dinamika ekonomi global dan teknologi.

²⁵ Amalia, Disa, And Aldri Frinaldi. "Tantangan dalam Penegakan Hukum Administrasi Negara di Era Digital: Perspektif Perlindungan Data Pribadi." *Jurnal Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi (Jumea)* 1, No. 1 (2023): 1-8.

Negara-negara berkembang seperti India, Brasil, dan China semakin menegaskan komitmen mereka terhadap perlindungan konsumen dengan mengadopsi undang-undang baru dan meningkatkan penegakan hukum. Di sisi lain, negara maju terus menyesuaikan regulasi mereka untuk mengatasi tantangan baru seperti perdagangan elektronik lintas batas dan praktik bisnis yang semakin inovatif.²⁶

Dalam konteks globalisasi yang semakin terintegrasi, kerjasama internasional dalam hal pertukaran informasi dan standarisasi perlindungan konsumen menjadi semakin penting. Organisasi seperti Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization/WTO*) dan Organisasi untuk Kerjasama dan Pembangunan Ekonomi (*Organisation for Economic Cooperation and Development/OECD*) memainkan peran penting dalam menyatukan standar internasional dan mempromosikan praktik bisnis yang etis di seluruh dunia.

2.3. Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen merupakan landasan utama dalam memastikan bahwa konsumen memiliki

²⁶ Wijaya, Nurharis. "Peran Negara dalam Menjaga Kedaulatan pada Ruang Maya (Cyberspace) Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Masyarakat." "*Dharmasiswa*" *Jurnal Program Magister Hukum Fhui 1*, No. 2 (2021): 29.

akses yang adil dan aman terhadap produk dan layanan di pasar. Kelima prinsip utama yang mendasari hukum perlindungan konsumen meliputi keadilan, keamanan, kepastian hukum, informasi yang benar, dan tanggung jawab. Setiap prinsip ini memiliki peran penting dalam menjaga hak-hak konsumen dan memastikan bahwa interaksi antara konsumen dan pelaku usaha berjalan secara etis dan transparan.

1. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam hukum perlindungan konsumen menuntut agar konsumen diperlakukan secara adil dan setara dalam setiap transaksi ekonomi. Hal ini mencakup perlindungan terhadap praktik-praktik bisnis yang diskriminatif atau eksploitatif terhadap konsumen. Keadilan juga menekankan pentingnya menyeimbangkan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak terjadi ketimpangan yang merugikan salah satu pihak.²⁷ Keadilan berarti konsumen memiliki hak yang sama untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak mereka.

Prinsip keadilan dalam perlindungan konsumen menjamin bahwa konsumen memiliki akses yang setara terhadap pengadilan

²⁷ Miru, Ahmadi. "Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia." (2013).

atau proses penyelesaian sengketa, serta mendapatkan perlakuan yang adil dalam setiap aspek transaksi bisnis.

2. Prinsip Keamanan

Prinsip keamanan menjamin bahwa produk dan layanan yang diperdagangkan di pasar tidak membahayakan atau merugikan konsumen. Ini mencakup aspek keamanan fisik dan kesehatan dari produk, serta keamanan finansial dan privasi konsumen dalam transaksi. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar keamanan yang ditetapkan, dan mereka tidak boleh mengabaikan risiko yang dapat membahayakan konsumen.

Menurut Hamid²⁸, prinsip keamanan dalam hukum perlindungan konsumen menjamin bahwa konsumen dapat menggunakan produk atau layanan tanpa khawatir terhadap risiko yang tidak diinginkan, baik itu dalam hal kesehatan, keselamatan, maupun keuangan.

3. Prinsip Kepastian Hukum

²⁸ Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

Prinsip kepastian hukum menekankan bahwa konsumen dan pelaku usaha harus memiliki pemahaman yang jelas tentang hak dan kewajiban mereka dalam konteks hukum perlindungan konsumen. Ini melibatkan adanya regulasi yang jelas dan dapat diprediksi, serta penegakan hukum yang konsisten terhadap pelanggaran hukum perlindungan konsumen.²⁹ Konsumen memiliki hak untuk mengetahui dengan pasti hak-hak mereka yang dilindungi oleh hukum, dan pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mematuhi regulasi tersebut tanpa pengecualian.

Zulham menjelaskan bahwa prinsip kepastian hukum dalam hukum perlindungan konsumen memberikan jaminan bahwa setiap tindakan hukum terhadap pelanggaran dapat diprediksi dan diterapkan secara konsisten, sehingga tidak ada ruang bagi interpretasi yang sembrono atau manipulatif.³⁰

4. Prinsip Informasi yang Benar

Prinsip informasi yang benar menuntut bahwa konsumen memiliki akses yang cukup terhadap informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan mengenai produk atau layanan yang mereka beli. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada konsumen, termasuk

²⁹ Widiarty, Wiwik Sri. "Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen." (2022).

³⁰ Zulham, S. Hi. *Hukum perlindungan konsumen*. Prenada Media, 2017.

mengenai fitur produk, harga, cara penggunaan, serta risiko yang terkait dengan penggunaan produk tersebut. Konsumen harus dapat membuat keputusan yang cerdas dan terinformasi berdasarkan informasi yang diberikan.

Prinsip informasi yang benar menempatkan kepentingan konsumen sebagai prioritas utama dalam setiap transaksi ekonomi. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk atau layanan yang mereka beli, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang cerdas dan terinformasi. Ini tidak hanya mencakup aspek-aspek dasar seperti fitur produk, harga, dan cara penggunaan, tetapi juga risiko yang terkait dengan penggunaannya.

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada konsumen. Hal ini tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga merupakan bentuk dari etika bisnis yang baik. Prinsip informasi yang benar adalah kunci dalam memberdayakan konsumen untuk melakukan pilihan yang tepat. Informasi yang jelas dan jujur memungkinkan konsumen untuk menghindari penipuan dan menilai risiko yang mungkin terjadi.

Dalam praktiknya, prinsip ini mengharuskan pelaku usaha untuk tidak menutup-nutupi informasi yang penting atau memberikan informasi yang menyesatkan. Ketika sebuah produk memiliki efek samping yang mungkin tidak diinginkan atau

memerlukan perawatan khusus, konsumen memiliki hak untuk mengetahui informasi ini sebelum mereka membuat keputusan untuk membeli produk tersebut. Keterbukaan tentang informasi ini tidak hanya melindungi konsumen dari kerugian, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang antara konsumen dan merek atau perusahaan.

Pentingnya prinsip informasi yang benar juga tercermin dalam upaya regulasi pemerintah untuk mengatur praktik komunikasi dan pemasaran yang melibatkan konsumen. Berbagai negara, termasuk Indonesia, telah mengadopsi peraturan yang mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan terperinci dalam iklan dan materi promosi mereka. Regulasi ini termasuk persyaratan untuk tidak membuat klaim yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, atau untuk menyertakan disclaimer yang jelas tentang risiko yang terkait dengan penggunaan produk.³¹

Namun, meskipun regulasi telah ada, perwujudan dan penegakan hukum terhadap prinsip informasi yang benar sering kali menjadi tantangan tersendiri. Ketidakpatuhan terhadap prinsip informasi yang benar bisa disebabkan oleh berbagai

³¹ Rayhan, Azhar, Rani Apriani, and Venni Avionita. "Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Bertransaksi Menggunakan Platform E-Commerce Dengan Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10, no. 11 (2023): 5214-5223.

faktor, mulai dari ketidaktahuan, kegagalan dalam proses komunikasi internal perusahaan, hingga motif untuk meningkatkan penjualan dengan cara yang tidak etis.³²

Pada tingkat global, prinsip informasi yang benar juga menjadi fokus dalam upaya untuk membangun standar yang lebih tinggi dalam perlindungan konsumen secara internasional. Organisasi seperti Organisasi untuk Kerjasama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) telah mengembangkan panduan untuk praktik terbaik dalam komunikasi pemasaran yang beretika dan transparan. Panduan ini tidak hanya membantu melindungi konsumen di negara-negara anggota OECD, tetapi juga mendorong standar yang lebih tinggi dalam praktik bisnis global.

Selain itu, teknologi informasi dan internet telah menghadirkan tantangan baru dalam menerapkan prinsip informasi yang benar. Fenomena seperti penipuan online, penyebaran informasi palsu, dan praktik pemasaran yang menyesatkan semakin menyoroti perlunya regulasi yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi ini. Pemerintah dan lembaga pengatur harus beradaptasi dengan cepat untuk melindungi konsumen dari ancaman yang berasal dari sumber-sumber digital yang kompleks dan cepat berubah.

³² Simbolon, Natanael Rolas Midian. "Penegakan Hukum terhadap Penyalahgunaan Data Nasabah Bank di Era Keeterbukaan Informasi." *Jurnal Darma Agung* 31, no. 6 (2023): 49-62.

Di Indonesia, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah dua contoh lembaga yang memiliki peran penting dalam memastikan informasi yang benar terkait dengan persaingan usaha dan kehalalan produk. KPPU berperan dalam mengawasi praktik persaingan usaha yang tidak sehat, sementara BPJPH bertanggung jawab untuk memberikan sertifikasi halal kepada produk yang memenuhi standar kehalalan.

5. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab menekankan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab penuh terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan kepada konsumen. Ini mencakup tanggung jawab atas kualitas produk, pelayanan pelanggan, serta pemenuhan janji yang diungkapkan dalam komunikasi bisnis mereka. Pelaku usaha tidak boleh menghindar atau menyalahkan konsumen atas masalah yang timbul akibat dari produk atau layanan yang mereka berikan. Prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen menempatkan beban etis dan hukum kepada pelaku usaha untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap konsumen, baik sebelum, selama, maupun setelah transaksi terjadi.

Dengan mendasarkan pada prinsip-prinsip ini, hukum perlindungan konsumen menciptakan lingkungan ekonomi yang

adil, aman, dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat. Perwujudan yang efektif dari prinsip-prinsip ini membutuhkan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, LSM, dan masyarakat umum dalam memastikan bahwa hak-hak konsumen dilindungi secara optimal. Pendidikan konsumen juga merupakan aspek penting dalam memperkuat kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka dan peran mereka dalam memastikan perlindungan yang layak.

Secara keseluruhan, prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen tidak hanya mencerminkan norma hukum yang fundamental, tetapi juga menjadi landasan bagi pembangunan sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Dengan mematuhi prinsip-prinsip ini, Indonesia dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik dan membangun kepercayaan yang kuat di antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan.

BAB 3

KERANGKA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

3.1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan tonggak utama dalam kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-undang ini bukan hanya mengatur hak-hak dasar konsumen, tetapi juga mengatur berbagai mekanisme penyelesaian sengketa serta tindakan hukum yang dapat diambil jika hak-hak konsumen dilanggar. Tujuan utama UUPK adalah untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, memastikan keselamatan dan kesehatan konsumen, serta secara keseluruhan meningkatkan kualitas hidup konsumen di Indonesia.

Pasal 4 UUPK menjadi landasan yang kuat dalam menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan mengenai barang dan/atau jasa yang

ditawarkan oleh pelaku usaha. Informasi yang akurat ini menjadi kunci bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang cerdas dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, pelaku usaha diharapkan untuk tidak menggunakan praktik informasi yang menyesatkan atau manipulatif untuk mempengaruhi keputusan konsumen.

Selain itu, UUPK juga menetapkan tanggung jawab yang jelas bagi produsen atau distributor terkait dengan keamanan produk yang dihasilkan atau didistribusikan. Pasal 8 UUPK mengatur bahwa produsen atau distributor wajib memberikan jaminan terhadap keamanan dan keselamatan produknya. Jika suatu produk ditemukan mengandung cacat atau tidak memenuhi standar keamanan yang berlaku, konsumen memiliki hak untuk mengembalikan produk tersebut dan berhak memperoleh ganti rugi yang wajar sebagai kompensasi atas kerugian yang mereka alami.

Namun, meskipun UUPK telah memberikan kerangka hukum yang komprehensif, perwujudannya tidak selalu berjalan mulus. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya kesadaran dan literasi konsumen tentang hak-hak mereka yang dilindungi oleh UUPK. Banyak konsumen di Indonesia masih kurang memahami cara mengajukan keluhan atau menuntut hak-hak mereka jika merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Pendidikan dan sosialisasi yang lebih baik mengenai perlindungan konsumen

perlu terus ditingkatkan agar konsumen dapat lebih aktif dan efektif dalam memperjuangkan hak-hak mereka.

Selain itu, penegakan hukum yang konsisten dan efektif juga merupakan tantangan lain dalam melindungi konsumen.³³ Meskipun terdapat ketentuan yang jelas dalam UUPK, sering kali perwujudannya terhambat oleh keterbatasan sumber daya, koordinasi yang kurang baik antar lembaga terkait, serta tantangan teknis dalam menghadapi perdagangan elektronik dan transaksi lintas batas yang semakin kompleks. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam koordinasi antar lembaga pemerintah, peningkatan sumber daya manusia dalam penegakan hukum, serta penguatan kapasitas untuk menghadapi tantangan teknologi yang terus berkembang.

Di sisi lain, perbandingan dengan hukum perlindungan konsumen di negara lain menunjukkan bahwa meskipun prinsip-prinsip dasarnya serupa, perwujudan dan fokusnya dapat bervariasi tergantung pada konteks hukum, budaya, dan struktur ekonomi masing-masing negara. Di Uni Eropa terdapat serangkaian peraturan yang dikenal sebagai “Consumer Rights Directive” yang memberikan perlindungan yang kuat bagi konsumen di seluruh negara anggota. Direktif ini mengatur hak-

³³ Nasution, Putri Hasanah. “Tinjauan Hukum terhadap Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia.” *Tugas Mahasiswa Fakultas Hukum 1*, No. 2 (2024).

hak konsumen terkait dengan pembelian jarak jauh, penjualan langsung, serta perlindungan terhadap praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan.

Untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam perlindungan konsumen di Indonesia, langkah-langkah strategis perlu diambil. Pertama-tama, penting untuk terus meningkatkan kesadaran dan literasi konsumen tentang hak-hak mereka yang dilindungi oleh UUPK. Pendidikan konsumen yang lebih baik dapat dilakukan melalui kampanye publik, pelatihan, dan integrasi materi tentang perlindungan konsumen dalam kurikulum pendidikan.

Selanjutnya, penegakan hukum yang lebih efektif perlu ditingkatkan dengan memperkuat koordinasi antarlembaga pemerintah yang terlibat dalam perlindungan konsumen. Hal ini mencakup peningkatan kerjasama antara Kementerian Perdagangan, Kementerian Hukum dan HAM, serta Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) dalam mengawasi dan menegakkan peraturan perlindungan konsumen.

Tidak kalah pentingnya adalah perluasan jangkauan dan perbaikan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan terjangkau bagi konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat lembaga penyelesaian sengketa yang ada, serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk mengajukan keluhan mereka terhadap pelaku usaha yang melanggar UUPK.

Terakhir, adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perdagangan global juga menjadi kunci dalam memperkuat perlindungan konsumen di Indonesia. Peningkatan regulasi dan pengawasan terhadap perdagangan elektronik dan transaksi lintas batas perlu terus diperbarui dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang cepat.

3.2. Peraturan pelaksana dan kebijakan terkait

Pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia didukung oleh berbagai peraturan pelaksana dan kebijakan yang meningkatkan perlindungan dan keadilan bagi konsumen. Salah satu peraturan yang penting adalah Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini merupakan landasan untuk mengatur mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, dengan pilihan penyelesaian melalui mediasi, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa konsumen yang diakui oleh pemerintah.³⁴

³⁴ Indriani, Masitoh, Adhy Riadhy Arafah, and Fitri Nuril Islamy. "Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 sebagai Upaya Negara Mencegah Cybercrime dalam Sistem Transaksi Elektronik." *Yuridika* 29, no. 3 (2014).

Mekanisme penyelesaian sengketa yang diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 memberikan alternatif yang lebih cepat dan efisien bagi konsumen untuk menyelesaikan masalah yang timbul dalam transaksi dengan pelaku usaha. Mediasi menjadi salah satu pilihan yang populer karena memberikan ruang bagi kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa harus melalui proses hukum yang panjang dan biaya yang tinggi. Sementara itu, arbitrase memberikan solusi alternatif dengan melibatkan pihak ketiga yang netral untuk memutuskan sengketa berdasarkan bukti dan argumen yang disajikan oleh kedua belah pihak.

Selain itu, Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) juga memegang peran penting dalam mengawasi dan melindungi konsumen di sektor perdagangan berjangka komoditi.³⁵ Bappebti secara aktif mengeluarkan peraturan-peraturan yang mengatur praktik bisnis di sektor ini agar tidak merugikan konsumen. Transparansi dan keadilan menjadi fokus utama dalam pengaturan ini, dimana Bappebti berusaha untuk memastikan bahwa para pelaku usaha di sektor ini mematuhi standar dan prosedur yang ditetapkan.

³⁵ Daeng, Yusuf, Juni Kasmira, Arlenggo Guswandi, T. Jefri, Bambang Keristian, and Ahmad Khomeini Nasution. "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menegakkan Hak Konsumen Di Indonesia." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 2883-2890.

Perwujudan peraturan-peraturan ini tidak hanya mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha secara lebih teratur, tetapi juga memberikan rasa kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan adanya regulasi yang jelas, diharapkan konsumen dapat merasa lebih dilindungi dan memiliki keyakinan dalam bertransaksi, sementara pelaku usaha diharapkan dapat beroperasi dalam lingkungan yang lebih terstruktur dan tertib.

Perbandingan dengan hukum perlindungan konsumen di negara lain juga menunjukkan bahwa Indonesia telah melakukan langkah-langkah yang signifikan dalam melindungi konsumen. Di Uni Eropa prinsip perlindungan konsumen diberlakukan secara luas melalui serangkaian peraturan yang mencakup hak-hak konsumen terkait dengan pembelian jarak jauh, penjualan langsung, dan ketentuan umum untuk praktik bisnis yang adil dan transparan.³⁶ Regulasi Uni Eropa ini mengintegrasikan standar perlindungan konsumen yang tinggi untuk memastikan bahwa konsumen tidak hanya mendapatkan produk dan layanan yang

³⁶ Ramadhani, Syafira Agata. "Komparasi Perlindungan Data Pribadi di Indonesia dan Uni Eropa." *Jurnal Hukum Lex Generalis* 3, no. 1 (2022): 73-84.

aman, tetapi juga memiliki hak yang kuat dalam menghadapi praktik bisnis yang tidak etis.³⁷

Sementara itu, Indonesia terus berupaya menyesuaikan regulasinya dengan perkembangan teknologi dan perdagangan global. Perdagangan elektronik dan transaksi lintas batas menjadi tantangan baru dalam perlindungan konsumen, mengingat kompleksitas dan kecepatan transaksi yang terjadi di dunia digital. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Pedoman Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik untuk mengatur dan melindungi konsumen dalam lingkungan perdagangan elektronik yang terus berkembang.

Tantangan lainnya dalam perlindungan konsumen di Indonesia termasuk pendidikan konsumen yang masih perlu ditingkatkan agar konsumen lebih sadar akan hak-hak mereka dan mampu menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia. Pendidikan konsumen yang baik dapat meningkatkan literasi konsumen dalam memilih produk dan layanan, serta mengenali tanda-tanda praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan.

Penguatan penegakan hukum juga menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di Indonesia. Meskipun regulasi telah ada, perwujudan yang konsisten dan

³⁷ Nur, Yudha Hadian, and Dwi Wahyuniarti Prabowo. "Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen." *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 5, no. 2 (2011): 177-195.

tegas terhadap pelanggaran hukum tetap menjadi tantangan. Koordinasi antarlembaga pemerintah yang lebih baik dan pemberian sanksi yang memadai terhadap pelaku usaha yang melanggar aturan merupakan langkah penting untuk menegakkan keadilan bagi konsumen.

Dalam konteks globalisasi, integrasi ekonomi, dan perkembangan teknologi, Indonesia diharapkan untuk terus memperkuat kerangka hukum perlindungan konsumen agar dapat bersaing dalam pasar global yang semakin terintegrasi. Harmonisasi dengan standar internasional dan pengawasan yang ketat terhadap produk impor serta praktik bisnis dari luar negeri adalah hal yang tidak dapat diabaikan.

3.3. Perbandingan dengan hukum perlindungan konsumen di negara lain

Di Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang, perlindungan konsumen menjadi bagian integral dari sistem hukum yang memastikan keadilan dan keselamatan bagi konsumen dalam berbagai transaksi ekonomi. Di Amerika Serikat, perlindungan konsumen diatur secara luas oleh *Federal Trade Commission* (FTC) dan undang-undang federal lainnya yang mencakup berbagai

aspek, mulai dari informasi kredit hingga keselamatan produk.³⁸ FTC memiliki peran penting dalam menegakkan hukum terhadap praktik bisnis yang menyesatkan atau merugikan konsumen, dengan memberlakukan sanksi dan denda bagi pelaku usaha yang melanggar regulasi perlindungan konsumen. Selain itu, konsumen di AS dilindungi oleh undang-undang seperti *Truth in Lending Act* (TILA) yang mengatur keharusan penyedia kredit untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen sebelum mereka mengambil kredit.

Di Uni Eropa, perlindungan konsumen didasarkan pada serangkaian peraturan yang dikenal sebagai "*Consumer Rights Directive*". Direktif ini memberikan perlindungan yang komprehensif bagi konsumen di semua negara anggota Uni Eropa, mengatur hak-hak konsumen dalam pembelian jarak jauh, penjualan langsung, serta melindungi mereka dari praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan. Uni Eropa memiliki pendekatan yang terkoordinasi dan harmonis terhadap perlindungan konsumen di seluruh wilayahnya, dengan tujuan menciptakan standar yang tinggi dan konsisten dalam perlindungan konsumen di pasar internal Eropa.³⁹

³⁸ Posner, Richard A. "The federal trade commission." *The University of Chicago Law Review* 37, no. 1 (1969): 47-89.

³⁹ Hall, Elizabeth, Geraint Howells, and Jonathon Watson. "The Consumer Rights Directive—an assessment of its contribution to the development of

Sementara itu, di Jepang, hukum perlindungan konsumen ditegakkan melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dirancang untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan.⁴⁰ Undang-undang ini memberikan hak-hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas tentang produk atau layanan, serta mengatur kewajiban produsen dan distributor untuk memastikan keselamatan produk yang mereka pasarkan. Pemerintah Jepang juga aktif dalam memberikan edukasi dan informasi kepada konsumen, serta menerapkan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen.⁴¹

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi landasan hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. UUPK mencerminkan komitmen pemerintah untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, mempromosikan keselamatan produk, dan meningkatkan kualitas hidup konsumen

European consumer contract law." *European Review of Contract Law* 8, no. 2 (2012): 139-166.

⁴⁰ Simanjuntak, Marcel Eka Surya. "Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 7, no. 3 (2023): 2033-2040.

⁴¹ Hasanah, Sandria Yolanda. "Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Jepang." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 3982-3994.

secara keseluruhan. Undang-undang ini menetapkan bahwa konsumen berhak untuk menerima informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan tentang barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada mereka, sejalan dengan prinsip hak untuk informasi yang juga ditemukan dalam peraturan perlindungan konsumen di Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang.

Namun, ada perbedaan signifikan dalam perwujudan dan penegakan hukum perlindungan konsumen antara Indonesia dengan negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang. Salah satu perbedaan utama adalah dalam hal penegakan hukum dan efektivitas sistem penyelesaian sengketa. Di Amerika Serikat FTC memiliki kewenangan luas untuk menindak pelaku usaha yang melanggar undang-undang perlindungan konsumen, dengan memberlakukan sanksi yang dapat berdampak signifikan terhadap pelaku usaha tersebut. Begitu juga dengan sistem hukum di Uni Eropa yang mengharmonisasi aturan perlindungan konsumen di seluruh negara anggota, menjadikan perlindungan konsumen di Eropa lebih terkoordinasi dan konsisten.

Di Jepang, pemerintah memiliki pendekatan yang proaktif dalam melindungi konsumen dengan mengadopsi undang-undang yang tegas dan sistem penegakan hukum yang efektif. Pemerintah Jepang juga secara aktif memberikan pendidikan dan informasi kepada masyarakat tentang hak-hak konsumen mereka, yang

membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan perlindungan yang mereka miliki.

Di sisi lain, di Indonesia, masih terdapat tantangan dalam penegakan hukum dan koordinasi antarlembaga yang terlibat dalam perlindungan konsumen. Meskipun UUPK telah membentuk kerangka hukum yang penting, perwujudan dan penegakan hukum sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya, koordinasi yang kurang baik antar lembaga pemerintah, dan kesadaran konsumen yang masih perlu ditingkatkan. Banyak konsumen di Indonesia, terutama di daerah pedesaan atau yang memiliki akses terbatas terhadap informasi, belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka sebagai konsumen.

Selain itu, tantangan lainnya termasuk adaptasi terhadap perdagangan elektronik dan teknologi yang semakin maju. Perubahan cepat dalam teknologi sering kali melampaui kemampuan regulasi yang ada untuk mengakomodasi dan melindungi konsumen dalam transaksi daring. Pemerintah Indonesia perlu terus berinovasi dalam merumuskan regulasi yang responsif terhadap dinamika ekonomi global dan teknologi, sambil tetap memperkuat koordinasi antarlembaga untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen secara keseluruhan.

Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi ekonomi, tantangan perlindungan konsumen menjadi semakin kompleks dan perlu dihadapi dengan pendekatan yang holistik dan terkoordinasi. Indonesia dapat belajar dari pengalaman negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen, baik dari segi regulasi yang lebih tegas, penegakan hukum yang efektif, maupun edukasi konsumen yang lebih luas. Dengan melakukan hal ini, Indonesia dapat membangun lingkungan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan, di mana hak-hak konsumen dihormati dan dilindungi dengan baik.

BAB 4

PENERAPAN DAN EVALUASI PRINSIP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

4.1. Identifikasi dan Penerapan Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

Identifikasi dan penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen memegang peranan penting dalam menjaga keseimbangan antara hak konsumen dan kepentingan pelaku usaha. Penerapan prinsip-prinsip ini berakar pada beberapa konsep dasar yang mencakup keadilan, keamanan, dan transparansi dalam transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Identifikasi prinsip-prinsip tersebut tidak hanya melibatkan pemahaman terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, tetapi juga mengharuskan penilaian terhadap bagaimana prinsip-prinsip ini diterapkan secara praktis dalam berbagai konteks hukum dan ekonomi.

Pada dasarnya, hukum perlindungan konsumen melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil atau berbahaya. Prinsip-prinsip utama yang menjadi landasan hukum perlindungan konsumen antara lain adalah prinsip keadilan, prinsip transparansi, dan prinsip keamanan.⁴² Prinsip keadilan menekankan pentingnya perlakuan yang adil bagi konsumen, di mana konsumen tidak boleh dirugikan atau diperlakukan secara diskriminatif oleh pelaku usaha. Prinsip transparansi mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan prinsip keamanan berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka jual tidak membahayakan konsumen.

Untuk menjelaskan penerapan prinsip-prinsip ini, perlu dilakukan penjelasan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang mengatur perlindungan konsumen. Di Indonesia Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) menjadi dasar hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Selain itu, peraturan lainnya seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga

⁴² Mansyur, Ali, and Irsan Rahman. "Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional." *Jurnal Pembaharuan Hukum* 2, no. 1 (2015): 1-10.

memainkan peran penting, terutama dalam konteks transaksi elektronik yang semakin marak.

Pada tingkat internasional, berbagai konvensi dan perjanjian juga mengatur prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Contohnya, *United Nations Guidelines for Consumer Protection* (UNGCP) yang memberikan panduan bagi negara-negara anggota dalam membentuk kebijakan perlindungan konsumen yang efektif.⁴³ Di kawasan Asia Tenggara, ASEAN telah mengeluarkan ASEAN Consumer Protection Framework yang menyelaraskan standar perlindungan konsumen di antara negara-negara anggotanya.

Dalam praktiknya, penerapan prinsip-prinsip ini menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan antara peraturan hukum yang ada dengan pelaksanaannya di lapangan. Meskipun sudah ada berbagai peraturan yang mengatur perlindungan konsumen, namun perwujudan dan penegakan hukum sering kali masih lemah. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya kesadaran hukum di kalangan konsumen, keterbatasan sumber

⁴³ Benöhr, Iris. "The United Nations guidelines for consumer protection: Legal implications and new frontiers." *Journal of consumer policy* 43, no. 1 (2020): 105-124.

daya penegak hukum, serta resistensi dari pelaku usaha yang merasa dirugikan oleh regulasi yang ketat.⁴⁴

Prinsip transparansi sering kali diabaikan oleh pelaku usaha, terutama dalam konteks periklanan dan pemasaran. Banyak iklan yang masih menyesatkan konsumen dengan klaim-klaim yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Selain itu, dalam transaksi elektronik, banyak pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang memadai mengenai ketentuan dan syarat penggunaan layanan atau produk yang mereka tawarkan. Hal ini menyebabkan konsumen sering kali tidak menyadari hak-hak mereka dan akhirnya dirugikan.

Prinsip keamanan juga sering kali menjadi sorotan, terutama dalam kasus-kasus produk yang berbahaya bagi konsumen. Di Indonesia, kasus-kasus seperti peredaran makanan dan minuman yang tidak memenuhi standar kesehatan atau kosmetik yang mengandung bahan berbahaya adalah contoh konkret dari pelanggaran prinsip keamanan. Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya pengawasan yang lebih ketat dari pihak berwenang serta kesadaran dari pelaku usaha mengenai pentingnya keamanan produk bagi konsumen.

⁴⁴ Purba, Perjaka, Ketut Sudiarmaka, and Dewa Gede Sudika Mangku. "Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Komunitas Yustisia* 2, no. 3 (2019): 156-167.

Pentingnya penerapan prinsip keadilan dalam transaksi konsumen juga tidak dapat diabaikan. Pelaku usaha harus memastikan bahwa harga yang mereka tawarkan wajar dan tidak memberatkan konsumen. Selain itu, mereka juga harus menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan mudah diakses oleh konsumen. Di banyak negara, termasuk Indonesia, telah dibentuk lembaga-lembaga mediasi atau arbitrase untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha secara cepat dan efisien.

Namun, untuk memastikan penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen berjalan efektif, diperlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Konsumen harus lebih proaktif dalam mengetahui dan menuntut hak-hak mereka. Pemerintah harus terus memperkuat regulasi dan meningkatkan pengawasan serta penegakan hukum. Pelaku usaha harus lebih bertanggung jawab dan berkomitmen untuk menerapkan praktik bisnis yang adil, transparan, dan aman. Di sisi lain, lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang perlindungan konsumen juga memiliki peran penting dalam mengedukasi masyarakat dan mengadvokasi kebijakan yang lebih pro-konsumen.⁴⁵

⁴⁵ Maya Sari, Dewi. "Peranan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K Semarang) dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen

Perkembangan teknologi juga membawa tantangan baru dalam penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen. Era digital dan maraknya transaksi elektronik menuntut adanya penyesuaian dalam regulasi dan penegakan hukum. Di satu sisi, teknologi memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses berbagai produk dan layanan. Namun, di sisi lain, teknologi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan praktik-praktik yang merugikan konsumen.⁴⁶ Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang spesifik mengatur transaksi elektronik, seperti yang diatur dalam UU ITE dan peraturan turunannya.

Selain regulasi, edukasi terhadap konsumen juga harus ditingkatkan. Konsumen harus diberikan pemahaman mengenai hak-hak mereka serta cara-cara untuk melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan. Kampanye publik yang masif dan berkelanjutan mengenai hak konsumen dan cara-cara mengajukan keluhan atau gugatan dapat membantu meningkatkan kesadaran hukum di kalangan konsumen.

Terhadap Kasus Penjualan Daging Sapi Gelonggongan di Jawa Tengah." PhD diss., Perpustakaan, 2008.

⁴⁶ Bengu, Hany, Selus Kelin, and Ryan Hadjon. "Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital." *TIMOR CERDAS-Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Informasi dan Rekayasa Sistem Cerdas 2*, no. 1 (2023): 1-7.

Penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen juga harus disesuaikan dengan perkembangan ekonomi dan dinamika pasar. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan menuntut adanya harmonisasi regulasi perlindungan konsumen di tingkat internasional. Konvensi internasional seperti United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) dan Model Law on Electronic Commerce (MLEC) yang diadopsi oleh berbagai negara menjadi dasar penting untuk menciptakan standar perlindungan konsumen yang universal.⁴⁷

Di tingkat regional, kerjasama antarnegara juga sangat penting. ASEAN melalui *ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP)*, terus berupaya untuk meningkatkan kerjasama dalam perlindungan konsumen di kawasan Asia Tenggara. Kerjasama ini meliputi berbagai aspek, mulai dari penyusunan regulasi yang harmonis, peningkatan kapasitas penegak hukum, hingga penyelenggaraan kampanye edukasi konsumen secara regional.

Dalam menghadapi tantangan penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen, inovasi dan adaptasi adalah kunci. Pemerintah dan pelaku usaha harus terus berinovasi dalam merespons perkembangan teknologi dan dinamika pasar. Penggunaan teknologi blockchain untuk memastikan transparansi

⁴⁷ Kristensen, Lars Hedegaard, Susanne Karstoft, and Torsten Iversen. "United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods-CISG." In *Dansk og international køberet (6. udg.)*. Djøf Forlag, 2022.

dan keamanan dalam transaksi elektronik, atau pengembangan aplikasi mobile yang memudahkan konsumen untuk mengajukan keluhan atau melaporkan pelanggaran hak konsumen.

Selain itu, penting juga untuk membangun sistem pengawasan yang berbasis data dan teknologi. Dengan memanfaatkan big data dan penjelasan data, pemerintah dapat lebih efektif dalam memonitor kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi perlindungan konsumen.⁴⁸ Sistem pengawasan yang berbasis teknologi ini juga memungkinkan deteksi dini terhadap praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen, sehingga tindakan preventif dapat segera diambil.

Pada akhirnya, keberhasilan penerapan prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen sangat bergantung pada sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat sipil. Setiap pihak harus memiliki komitmen yang kuat untuk mewujudkan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan aman bagi konsumen. Dengan demikian, tujuan utama dari hukum perlindungan konsumen, yaitu melindungi hak dan kepentingan konsumen, dapat tercapai dengan optimal. Perwujudan yang efektif dari prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pasar, tetapi juga

⁴⁸ Silalahi, Nova Angelina. "Pembentukan Perangkat Kepatuhan Persaingan Usaha sebagai Strategi untuk Meningkatkan Kepatuhan Persaingan Usaha." *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. 1 (2022): 30-42.

mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

4.2. Evaluasi Efektivitas Prinsip Keadilan dalam Perlindungan Konsumen.

Evaluasi efektivitas prinsip keadilan dalam perlindungan konsumen di Indonesia memerlukan penjelasan mendalam terhadap bagaimana prinsip ini diperwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan konsumen. Prinsip keadilan adalah salah satu pilar utama dalam hukum perlindungan konsumen yang memastikan bahwa konsumen tidak mengalami diskriminasi dan mendapatkan perlakuan yang adil dalam transaksi perdagangan.⁴⁹ Untuk mengevaluasi efektivitas prinsip ini, kita perlu melihat baik dari sisi regulasi yang ada maupun dari sisi penerapan di lapangan, termasuk contoh kasus yang mencerminkan bagaimana prinsip keadilan diterapkan dalam perlindungan konsumen di Indonesia.

Pertama-tama, dari sisi regulasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) adalah dasar hukum utama yang mengatur hak-hak konsumen di

⁴⁹ Himie, Farkhan. "Perspektif GCG Atas Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Prinsip GCG Dalam Forum Komunikasi Pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang)." *Jurnal Media Administrasi* 7, no. 1 (2022): 8-19.

Indonesia. UU PK mengandung berbagai ketentuan yang melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil, seperti informasi yang menyesatkan, produk yang berbahaya, dan ketentuan kontrak yang merugikan.⁵⁰ Salah satu pasal penting dalam UU PK adalah Pasal 4 yang mengatur hak-hak dasar konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih, dan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Pasal-pasal ini mencerminkan upaya legislatif untuk menjamin bahwa konsumen mendapatkan perlakuan yang adil dalam setiap transaksi.

Namun, meskipun regulasi yang ada cukup komprehensif, efektivitas prinsip keadilan dalam perlindungan konsumen sangat tergantung pada perwujudannya di lapangan. Perwujudan ini mencakup pengawasan oleh pemerintah, kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan, serta kesadaran dan partisipasi aktif dari konsumen itu sendiri. Pemerintah, melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga terkait lainnya, memiliki peran penting dalam memastikan bahwa aturan-aturan yang ada ditegakkan dengan baik. Pengawasan yang efektif membutuhkan

⁵⁰ Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

sumber daya yang memadai, baik dari segi jumlah personel, kapasitas teknis, maupun dukungan anggaran.

Namun, pada kenyataannya, pengawasan terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen masih sering menghadapi berbagai tantangan. Salah satu contohnya adalah dalam hal pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar. Kasus-kasus peredaran produk makanan dan minuman yang tidak memenuhi standar kesehatan sering kali mencuat ke publik. Kasus beredarnya produk makanan ringan yang mengandung bahan-bahan berbahaya bagi kesehatan anak-anak beberapa waktu lalu. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur tentang standar kesehatan produk makanan, kurangnya pengawasan dan tindakan tegas dari pihak berwenang membuat produk-produk tersebut tetap beredar di pasaran, yang jelas-jelas melanggar prinsip keadilan bagi konsumen yang seharusnya mendapatkan produk yang aman dan berkualitas.

Contoh lainnya adalah dalam transaksi digital. Dengan meningkatnya penggunaan platform e-commerce, banyak konsumen yang mengalami kerugian akibat praktik bisnis yang tidak adil, seperti penipuan, produk tidak sesuai dengan deskripsi, hingga kebijakan pengembalian barang yang merugikan konsumen.⁵¹ Pemerintah telah mencoba merespons fenomena ini

⁵¹ Mewu, Marina Yetrin Sriyati, and Kadek Julia Mahadewi. "Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum

dengan mengeluarkan peraturan-peraturan yang mengatur transaksi elektronik, seperti dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Namun, masih banyak kasus di mana konsumen tidak mendapatkan perlindungan yang memadai karena pelaku usaha tidak mematuhi aturan atau karena lemahnya penegakan hukum.

Selain regulasi dan pengawasan, efektivitas prinsip keadilan juga sangat dipengaruhi oleh perilaku pelaku usaha. Pelaku usaha yang bertanggung jawab seharusnya mematuhi aturan yang ada dan tidak melakukan praktik bisnis yang merugikan konsumen. Namun, dalam banyak kasus, ada pelaku usaha yang lebih mementingkan keuntungan tanpa memperhatikan hak-hak konsumen. Dalam sektor jasa keuangan, terdapat banyak keluhan dari konsumen mengenai praktik penagihan yang kasar dan tidak manusiawi dari pihak pemberi pinjaman. Praktik ini jelas bertentangan dengan prinsip keadilan karena konsumen diperlakukan dengan tidak hormat dan merasa tertekan secara psikologis.

Untuk meningkatkan kepatuhan pelaku usaha terhadap prinsip keadilan, perlu ada insentif dan sanksi yang jelas. Insentif dapat

Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Jurnal Kewarganegaraan* 7, no. 1 (2023): 441-450.

berupa penghargaan atau sertifikasi bagi pelaku usaha yang secara konsisten mematuhi aturan dan memberikan perlakuan yang adil kepada konsumen. Sementara itu, sanksi yang tegas dan efektif harus diberikan kepada pelaku usaha yang melanggar aturan. Sanksi ini tidak hanya berupa denda administratif, tetapi juga dapat mencakup penutupan usaha, pencabutan izin, atau tindakan hukum lainnya yang memberikan efek jera.

Di sisi lain, konsumen juga memiliki peran penting dalam menegakkan prinsip keadilan. Konsumen harus lebih proaktif dalam mengetahui hak-hak mereka dan tidak ragu untuk melaporkan atau mengajukan keluhan jika merasa dirugikan. Kesadaran hukum di kalangan konsumen perlu ditingkatkan melalui edukasi dan kampanye publik. Lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang perlindungan konsumen juga dapat berperan sebagai mediator dan advokat bagi konsumen yang mengalami masalah.

Selain itu, penting untuk membangun mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan mudah diakses oleh konsumen. Mekanisme ini dapat berupa mediasi, arbitrase, atau pengadilan konsumen. Di Indonesia, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) telah dibentuk untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, efektivitas BPSK dalam menjalankan tugasnya masih perlu ditingkatkan, baik dari segi

kapasitas sumber daya manusia, dukungan logistik, maupun aksesibilitas bagi konsumen di daerah-daerah.

Salah satu contoh kasus yang mencerminkan pentingnya penerapan prinsip keadilan adalah kasus sengketa antara konsumen dan operator telekomunikasi. Konsumen sering kali mengeluhkan tentang tarif yang tidak transparan, layanan yang buruk, dan kebijakan yang merugikan konsumen. Dalam beberapa kasus, konsumen telah membawa masalah ini ke BPSK atau ke pengadilan untuk mendapatkan keadilan. Meskipun beberapa kasus berhasil diselesaikan dengan baik, namun banyak juga yang tidak mendapatkan solusi yang memuaskan karena berbagai kendala, seperti proses yang panjang dan rumit, atau kurangnya bukti yang cukup.

Selain contoh di atas, perlindungan konsumen dalam industri transportasi juga menjadi isu yang sering disoroti. Kasus-kasus seperti kecelakaan transportasi yang disebabkan oleh kelalaian operator atau kondisi kendaraan yang tidak layak jalan menunjukkan pelanggaran terhadap prinsip keadilan dan keamanan bagi konsumen. Di Indonesia, terdapat berbagai peraturan yang mengatur tentang standar keselamatan transportasi, namun perwujudannya masih sering diabaikan. Konsumen yang menjadi korban dalam kecelakaan transportasi sering kali kesulitan untuk mendapatkan kompensasi yang adil

karena proses hukum yang berbelit-belit dan kurangnya tanggung jawab dari pihak operator.⁵²

Untuk memperbaiki kondisi ini, penting untuk memperkuat koordinasi antara berbagai lembaga yang terkait dengan perlindungan konsumen. Pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga swadaya masyarakat harus bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung penerapan prinsip keadilan. Pemerintah perlu meningkatkan kapasitas pengawasan dan penegakan hukum, sementara pelaku usaha harus lebih bertanggung jawab dan berkomitmen untuk mematuhi aturan yang ada. LSM dan organisasi konsumen dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat dan mengadvokasi kebijakan yang lebih pro-konsumen.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen. Penggunaan platform digital untuk pelaporan keluhan konsumen dapat mempermudah proses pengaduan dan memonitor kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi.⁵³ Pemerintah juga dapat memanfaatkan teknologi untuk

⁵² Usmany, Tatianna Daniella, and Rianda Dirkareshza. "Penerapan jalan berbayar di provinsi DKI Jakarta yang dianggap merugikan masyarakat." *Jurnal Interpretasi Hukum* 4, no. 3 (2023): 411-421.

⁵³ Katharina, Riris. *Pelayanan publik & pemerintahan digital Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021.

mengawasi peredaran produk di pasar dan memastikan bahwa produk yang beredar memenuhi standar keamanan dan kualitas.

Di sisi lain, penting juga untuk memperhatikan aspek budaya dan sosial dalam penerapan prinsip keadilan. Kesadaran hukum di kalangan masyarakat masih perlu ditingkatkan, terutama di daerah-daerah yang terpencil atau dengan tingkat pendidikan yang rendah. Kampanye edukasi yang masif dan berkelanjutan perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan cara-cara untuk melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan.

Dalam jangka panjang, upaya untuk memperkuat perlindungan konsumen harus didukung oleh kebijakan yang berkelanjutan dan komprehensif. Pemerintah perlu terus memperbarui regulasi sesuai dengan perkembangan pasar dan teknologi, serta memastikan bahwa regulasi tersebut diterapkan dengan konsisten dan adil. Pelaku usaha harus dipandang sebagai mitra dalam upaya perlindungan konsumen, dengan mendorong mereka untuk mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berorientasi pada kepentingan konsumen.

Meskipun sudah ada regulasi yang cukup komprehensif, perwujudannya masih menghadapi berbagai tantangan. Pengawasan yang lemah, kurangnya kepatuhan dari pelaku usaha, serta rendahnya kesadaran hukum di kalangan konsumen menjadi hambatan utama dalam penerapan prinsip keadilan. Untuk

mengatasi masalah ini, diperlukan upaya terpadu dari semua pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat sipil. Dengan memperkuat regulasi, meningkatkan kapasitas pengawasan, serta mengedukasi konsumen, prinsip keadilan dalam perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara lebih efektif, sehingga memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen di Indonesia.

BAB 5

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Penerapan perlindungan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan saling terkait. Faktor-faktor ini mencakup aspek hukum, ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi. Memahami pengaruh masing-masing faktor ini penting untuk meningkatkan efektivitas regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen. Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perlindungan konsumen, beserta contoh-contohnya.

5.1. Faktor Hukum dan Politik

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi penerapan perlindungan konsumen adalah kerangka hukum yang ada. Hukum yang kuat dan komprehensif menjadi fondasi untuk

melindungi hak-hak konsumen.⁵⁴ Namun, tidak semua negara memiliki undang-undang perlindungan konsumen yang memadai. Di negara-negara dengan regulasi yang lemah, konsumen sering kali menjadi korban praktik bisnis yang tidak adil. Di beberapa negara berkembang, aturan tentang label produk dan informasi konsumen mungkin kurang ketat, sehingga konsumen tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang produk yang mereka beli.

Contoh konkret dari faktor hukum adalah peraturan tentang label makanan di Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan mengharuskan produsen mencantumkan informasi yang jelas mengenai kandungan dan tanggal kedaluwarsa pada label makanan. Namun, penerapan peraturan ini sering kali masih lemah, dengan banyak produk di pasar yang tidak mematuhi ketentuan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada regulasi yang mengatur perlindungan konsumen, penegakan hukum yang lemah dapat mengurangi efektivitas perlindungan tersebut.

Faktor politik, termasuk kebijakan pemerintah dan sikap para pembuat kebijakan terhadap perlindungan konsumen, juga memainkan peran penting. Pemerintah yang proaktif dalam

⁵⁴ Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih. "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online." *Serambi Hukum* 11, no. 01 (2017): 27-40.

melindungi konsumen biasanya akan mengeluarkan regulasi yang ketat dan memastikan penegakan hukum yang efektif. Sebaliknya, di negara-negara di mana perlindungan konsumen tidak menjadi prioritas politik, regulasi mungkin lemah dan penegakan hukum tidak konsisten.

Contoh dari faktor politik adalah perbedaan pendekatan antara negara-negara yang memiliki komitmen tinggi terhadap perlindungan konsumen dan negara-negara yang lebih fokus pada kepentingan bisnis. Di Uni Eropa perlindungan konsumen merupakan salah satu prioritas utama, dengan berbagai regulasi ketat yang mengatur hak-hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Di sisi lain, di beberapa negara berkembang, kebijakan perlindungan konsumen mungkin kurang mendapat perhatian karena pemerintah lebih fokus pada pertumbuhan ekonomi dan menarik investasi asing.

5.2. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi juga memainkan peran penting dalam penerapan perlindungan konsumen. Tingkat kemakmuran dan stabilitas ekonomi suatu negara dapat mempengaruhi daya beli konsumen serta sikap mereka terhadap perlindungan

konsumen.⁵⁵ Di negara-negara dengan ekonomi yang kuat, konsumen biasanya memiliki lebih banyak pilihan dan dapat menuntut standar yang lebih tinggi dari pelaku usaha. Sebaliknya, di negara-negara dengan ekonomi yang lemah, konsumen mungkin lebih cenderung untuk menerima produk atau layanan yang lebih rendah kualitasnya karena keterbatasan daya beli.

Contoh dari faktor ekonomi adalah perbedaan tingkat perlindungan konsumen antara negara maju dan negara berkembang. Di negara maju seperti Amerika Serikat dan negara-negara Eropa, konsumen memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi dan layanan perlindungan konsumen. Mereka juga lebih mungkin untuk mengajukan keluhan atau gugatan terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak mereka. Di sisi lain, di banyak negara berkembang, konsumen sering kali tidak memiliki akses yang sama terhadap informasi dan layanan perlindungan konsumen, dan mungkin ragu untuk mengajukan keluhan karena takut terhadap konsekuensi finansial atau hukum.

⁵⁵ Amrani, Hanafi. "Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Bisnis Curang Dan Upaya Penegakannya Melalui Sarana Hukum Pidana." *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 6, no. 2 (2016): 187-204.

5.3. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya juga sangat mempengaruhi penerapan perlindungan konsumen. Nilai-nilai sosial dan budaya dapat mempengaruhi perilaku konsumen serta harapan mereka terhadap produk dan layanan. Dalam masyarakat yang sangat menghargai merek, konsumen mungkin lebih mudah tertipu oleh produk palsu atau tiruan yang mengklaim sebagai produk bermerek. Selain itu, tingkat kesadaran dan pendidikan konsumen tentang hak-hak mereka juga sangat bervariasi antarnegara dan budaya.

Di Indonesia, contohnya, budaya malu dan segan dapat menghalangi konsumen untuk mengajukan keluhan atau menyuarakan ketidakpuasan mereka.⁵⁶ Banyak konsumen yang merasa enggan untuk berkonfrontasi dengan pelaku usaha atau menganggap bahwa proses pengajuan keluhan terlalu rumit dan tidak efektif. Selain itu, kurangnya pendidikan dan kesadaran tentang hak-hak konsumen di kalangan masyarakat umum juga menjadi hambatan utama dalam penerapan perlindungan konsumen yang efektif.

⁵⁶ Mashudi, Mashudi. "Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2018): 133-149.

5.4. Faktor Institusional

Faktor institusional, termasuk keberadaan dan kinerja lembaga-lembaga yang bertanggung jawab atas perlindungan konsumen, sangat berpengaruh terhadap efektivitas perlindungan konsumen. Lembaga-lembaga ini mencakup badan pengawas pemerintah, organisasi non-pemerintah, serta asosiasi konsumen. Kekuatan dan independensi lembaga-lembaga ini dalam menegakkan hukum dan melindungi hak-hak konsumen sangat penting.

Di Indonesia, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah salah satu lembaga yang bertanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen. BPKN memiliki tugas untuk memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah, menerima dan menindaklanjuti pengaduan konsumen, serta melakukan edukasi kepada masyarakat tentang hak-hak konsumen.⁵⁷ Namun, kinerja BPKN sering kali terbatas oleh berbagai kendala, termasuk keterbatasan sumber daya dan dukungan politik. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan lembaga perlindungan konsumen saja tidak cukup; lembaga-

⁵⁷ Kairupan, Claudya. "Fungsi dan tugas badan perlindungan konsumen nasional dalam menerima pengaduan mengenai pelanggaran hak-hak konsumen." *Lex et Societatis* 1, no. 3 (2013).

lembaga ini juga memerlukan dukungan yang memadai untuk dapat berfungsi secara efektif.

5.5. Faktor Globalisasi

Globalisasi membawa tantangan tersendiri bagi perlindungan konsumen. Dengan meningkatnya perdagangan internasional dan aliran barang dan jasa lintas negara, konsumen sering kali menghadapi risiko yang lebih besar terkait dengan produk impor yang mungkin tidak memenuhi standar keamanan yang sama dengan produk domestik. Selain itu, globalisasi juga membuat penegakan hukum perlindungan konsumen menjadi lebih kompleks, karena melibatkan berbagai yurisdiksi dan peraturan yang berbeda-beda.⁵⁸

Contoh dari pengaruh globalisasi adalah kasus mainan impor dari China yang mengandung bahan berbahaya. Beberapa tahun yang lalu, banyak negara, termasuk Amerika Serikat dan Uni Eropa, menghadapi masalah dengan mainan anak-anak yang diimpor dari China dan ternyata mengandung timbal dalam jumlah yang berbahaya. Kasus ini menunjukkan betapa sulitnya untuk memastikan bahwa produk impor memenuhi standar

⁵⁸ Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso. "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital." *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46-58.

keamanan yang berlaku, dan betapa pentingnya kerjasama internasional dalam penegakan regulasi perlindungan konsumen.

Perkembangan teknologi memberikan tantangan sekaligus peluang bagi perlindungan konsumen. Di satu sisi, teknologi digital dapat memudahkan konsumen untuk mengakses informasi tentang produk dan layanan, serta untuk mengajukan keluhan atau mencari bantuan. Di sisi lain, teknologi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan praktik-praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan online atau pelanggaran privasi data.

Contoh nyata dari pengaruh teknologi terhadap perlindungan konsumen adalah maraknya e-commerce dan transaksi digital. Dengan semakin banyaknya konsumen yang berbelanja secara online, isu-isu seperti keamanan data pribadi, penipuan online, dan transparansi informasi menjadi semakin penting. Banyak kasus di mana konsumen tertipu oleh penjual online yang menawarkan produk dengan harga sangat murah tetapi tidak pernah mengirimkan barang tersebut. Selain itu, masalah keamanan data pribadi juga menjadi perhatian utama, karena banyak platform e-commerce yang mengumpulkan dan menyimpan data konsumen tanpa perlindungan yang memadai.

5.6. Faktor Edukasi dan Kesadaran Konsumen

Tingkat edukasi dan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka sangat berpengaruh terhadap efektivitas perlindungan konsumen. Konsumen yang teredukasi dan sadar akan hak-hak mereka cenderung lebih kritis dan proaktif dalam menuntut perlindungan yang lebih baik. Mereka lebih mungkin untuk membaca label produk dengan cermat, mengajukan keluhan jika merasa dirugikan, dan memanfaatkan mekanisme perlindungan yang ada.

Contoh dari pentingnya edukasi dan kesadaran konsumen dapat dilihat dalam kampanye-kampanye yang dilakukan oleh organisasi perlindungan konsumen di berbagai negara. Di Amerika Serikat Consumer Reports dan organisasi lainnya secara rutin mengedukasi konsumen tentang hak-hak mereka dan memberikan informasi independen tentang kualitas dan keamanan produk. Di Indonesia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) juga aktif dalam mengedukasi masyarakat tentang hak-hak konsumen dan memberikan bantuan kepada konsumen yang menghadapi masalah dengan pelaku usaha.⁵⁹

⁵⁹ Htp, Elfrida Mayang Sari. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Yang Mengandung Bahan Berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat dan Makanan Medan)." PhD diss., Universitas Medan Area, 2021.

5.7. Faktor Keterlibatan Masyarakat Sipil

Keterlibatan masyarakat sipil, termasuk organisasi non-pemerintah dan komunitas konsumen, sangat penting dalam mendukung penerapan perlindungan konsumen. Organisasi-organisasi ini dapat memainkan peran dalam mengadvokasi hak-hak konsumen, memonitor kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi, dan memberikan bantuan kepada konsumen yang dirugikan.

Contoh dari pentingnya keterlibatan masyarakat sipil dapat dilihat dalam aktivitas berbagai LSM yang berfokus pada perlindungan konsumen. Di Indonesia, selain YLKI, terdapat banyak organisasi lain yang bekerja untuk meningkatkan kesadaran dan perlindungan konsumen, seperti Lembaga Bantuan Hukum (LBH) dan komunitas-komunitas advokasi konsumen di berbagai daerah. Organisasi-organisasi ini sering kali menjadi garda terdepan dalam memperjuangkan hak-hak konsumen dan memastikan bahwa kebijakan yang ada benar-benar dijalankan dengan baik.

5.8. Faktor Infrastruktur dan Sumber Daya

Infrastruktur dan sumber daya yang tersedia untuk mendukung penerapan perlindungan konsumen juga sangat penting. Hal ini mencakup infrastruktur hukum dan institusional, sumber daya manusia, serta anggaran yang dialokasikan untuk program-program perlindungan konsumen. Tanpa infrastruktur dan sumber daya yang memadai, penerapan regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen akan sulit dilakukan dengan efektif.

Contoh dari pentingnya infrastruktur dan sumber daya dapat dilihat dalam kinerja lembaga-lembaga perlindungan konsumen di berbagai negara. Di negara-negara dengan sumber daya yang terbatas, lembaga-lembaga ini sering kali kesulitan untuk menjalankan tugas mereka dengan baik. Di banyak negara berkembang, lembaga-lembaga perlindungan konsumen mungkin kekurangan staf, anggaran, dan fasilitas yang memadai untuk melakukan pengawasan dan penegakan hukum yang efektif.

Secara keseluruhan, penerapan perlindungan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Memahami dan mengatasi faktor-faktor ini adalah kunci untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen. Pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat sipil harus bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perlindungan konsumen yang kuat dan berkelanjutan. Dengan komitmen

bersama dan tindakan yang tepat, hak-hak konsumen dapat dilindungi dengan lebih baik, menciptakan pasar yang lebih adil dan transparan.

Daftar Pustaka

- Amalia, Disa, And Aldri Frinaldi. "Tantangan dalam Penegakan Hukum Administrasi Negara di Era Digital: Perspektif Perlindungan Data Pribadi." *Jurnal Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi (Jumea)* 1, No. 1 (2023): 1-8.
- Amrani, Hanafi. "Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Bisnis Curang Dan Upaya Penegakannya Melalui Sarana Hukum Pidana." *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 6, no. 2 (2016): 187-204.
- Asshiddiqie, Jimly. "undang-undang dasar 1945: Konstitusi negara Kesejahteraan dan realitas masa depan." PhD diss., Fakultas Hukum, Universitas Indonesia (UI), 1998.
- Aswar, Asrul, and Resdianto Willem. "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Memberikan Perlindungan Hukum yang Adil Bagi Konsumen." *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (2023): 11-23.

- Bengu, Hany, Selus Kelin, and Ryan Hadjon. "Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital." *TIMOR CERDAS-Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Informasi dan Rekayasa Sistem Cerdas* 2, no. 1 (2023): 1-7.
- Benöhr, Iris. "The United Nations guidelines for consumer protection: Legal implications and new frontiers." *Journal of consumer policy* 43, no. 1 (2020): 105-124.
- BPS. Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. Diakses pada <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Browne, M. Neil, Kerin Bischoff Clapp, Nancy K. Kubasek, and Lauren Biksacky. "Protecting consumers from themselves: consumer law and the vulnerable consumer." *Drake L. Rev.* 63 (2015): 157.
- Daeng, Yusuf, Juni Kasmira, Arlenggo Guswandi, T. Jefri, Bambang Keristian, and Ahmad Khomeini Nasution. "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menegakkan Hak Konsumen Di Indonesia." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 2883-2890.
- Dewi, Eli Wuria. "Hukum perlindungan konsumen." (2015).

Đurović, Mateja. "Adaptation of consumer law to the digital age: EU directive 2019/2161 on modernisation and better enforcement of consumer law." *Анали Правног факултета у Београду* 68, no. 2 (2020): 62-79.

Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih. "Perwujudan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online." *Serambi Hukum* 11, no. 01 (2017): 27-40.

Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih. "Perwujudan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online." *Serambi Hukum* 11, no. 01 (2017): 27-40.

Hall, Elizabeth, Geraint Howells, and Jonathon Watson. "The Consumer Rights Directive—an assessment of its contribution to the development of European consumer contract law." *European Review of Contract Law* 8, no. 2 (2012): 139-166.

Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

Hamid, Abd Haris, and MH SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

Hasanah, Sandria Yolanda. "Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Jepang." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 3982-3994.

Herrine, Luke. "What is consumer protection for?." *Loy. Consumer L. Rev.* 34 (2022): 1.

Himie, Farkhan. "Perspektif GCG Atas Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Prinsip GCG Dalam Forum Komunikasi Pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang)." *Jurnal Media Administrasi* 7, no. 1 (2022): 8-19.

Howarth, David. "Internal policies: The Commission defends the EU consumer." *J. Common Mkt. Stud.* 46 (2008): 91.

Htp, Elfrida Mayang Sari. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Yang Mengandung Bahan Berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat dan Makanan Medan)." PhD diss., Universitas Medan Area, 2021.

Indriani, Masitoh, Adhy Riadhy Arafah, and Fitri Nuril Islamy. "Perwujudan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 sebagai Upaya Negara Mencegah Cybercrime dalam Sistem Transaksi Elektronik." *Yuridika* 29, no. 3 (2014).

Kairupan, Claudya. "Fungsi dan tugas badan perlindungan konsumen nasional dalam menerima pengaduan mengenai pelanggaran hak-hak konsumen." *Lex et Societatis* 1, no. 3 (2013).

Katharina, Riris. *Pelayanan publik & pemerintahan digital Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021.

Kristensen, Lars Hedegaard, Susanne Karstoft, and Torsten Iversen. "United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods–CISG." In *Dansk og international køberet* (6. udg.). Djøf Forlag, 2022.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika, 2022.

Mansyur, Ali, and Irsan Rahman. "Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional." *Jurnal Pembaharuan Hukum* 2, no. 1 (2015): 1-10.

Mashudi, Mashudi. "Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2018): 133-149.

Maya Sari, Dewi. "Peranan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K Semarang) dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen Terhadap Kasus Penjualan Daging

Sapi Gelonggongan di Jawa Tengah.” PhD diss., Perpustakaan, 2008.

Mewu, Marina Yetrin Sriyati, and Kadek Julia Mahadewi. “Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Penjelasan Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.” *Jurnal Kewarganegaraan* 7, no. 1 (2023): 441-450.

Micklitz, Hans-W., and Geneviève Saumier. *Enforcement and effectiveness of consumer law*. Springer International Publishing, 2018.

Miru, Ahmadi. “Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia.” (2013).

Nasution, Putri Hasanah. “Tinjauan Hukum terhadap Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia.” *Tugas Mahasiswa Fakultas Hukum* 1, No. 2 (2024).

Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso. “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital.” *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46-58.

Nur, Yudha Hadian, and Dwi Wahyuniarti Prabowo. “Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) Dalam

Rangka Perlindungan Konsumen.” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 5, no. 2 (2011): 177-195.

Panjaitan, Hulman. “Hukum Perlindungan Konsumen.” (2021).

Paryadi, Deky. “Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Hukum & Pembangunan* 48, no. 3 (2018): 651-669.

Posner, Richard A. “The federal trade commission.” *The University of Chicago Law Review* 37, no. 1 (1969): 47-89.

Purba, Perjaka, Ketut Sudiatmaka, and Dewa Gede Sudika Mangku. “Perwujudan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Komunitas Yustisia* 2, no. 3 (2019): 156-167.

Ramadhani, Syafira Agata. “Komparasi Perlindungan Data Pribadi di Indonesia dan Uni Eropa.” *Jurnal Hukum Lex Generalis* 3, no. 1 (2022): 73-84.

Ramsay, Iain. *Consumer law and policy: Text and materials on regulating consumer markets*. Bloomsbury Publishing, 2012.

Rayhan, Azhar, Rani Apriani, and Venni Avionita. “Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Bertransaksi

Menggunakan Platform E-Commerce Dengan Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.” *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10, no. 11 (2023): 5214-5223.

Reich, Robert B. “Toward a New Consumer Protection.” *U. Pa. L. Rev.* 128 (1979): 1.

Riefa, Christine, and Séverine Saintier, eds. *Vulnerable consumers and the law: consumer protection and access to justice*. Routledge, 2020.

Sadriwala, Kaneez Fatima, and Said Eid Younes. “Consumer Protection in Digital Age.” *Pacific Business Review International* 10, no. 11 (2018): 59-65.

Silalahi, Nova Angelina. “Pembentukan Perangkat Kepatuhan Persaingan Usaha sebagai Strategi untuk Meningkatkan Kepatuhan Persaingan Usaha.” *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. 1 (2022): 30-42.

Simanjuntak, Marcel Eka Surya. “Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia Dengan Jepang.” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 7, no. 3 (2023): 2033-2040.

Simbolon, Natanael Rolas Midian. "Penegakan Hukum terhadap Penyalahgunaan Data Nasabah Bank di Era Keeterbukaan Informasi." *Jurnal Darma Agung* 31, no. 6 (2023): 49-62.

Tikkinen-Piri, Christina, Anna Rohunen, and Jouni Markkula. "EU General Data Protection Regulation: Changes and implications for personal data collecting companies." *Computer Law & Security Review* 34, no. 1 (2018): 134-153.

Tio, William Angelo, and Johny Budiman. "Penjelasan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Globalisasi." In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, vol. 1, no. 1, pp. 1917-1927. 2021.

Usmany, Tatianna Daniella, and Rianda Dirkareshza. "Penerapan jalan berbayar di provinsi DKI Jakarta yang dianggap merugikan masyarakat." *Jurnal Interpretasi Hukum* 4, no. 3 (2023): 411-421.

Voigt, Paul, and Axel Von dem Bussche. "The eu general data protection regulation (gdpr)." *A Practical Guide*, 1st Ed., Cham: Springer International Publishing 10, no. 3152676 (2017): 10-5555.

Weatherill, Stephen. *EU consumer law and policy*. Edward Elgar Publishing, 2013.

Widiarty, Wiwik Sri. "Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen."
(2022).

Wijaya, Nurharis. "Peran Negara dalam Menjaga Kedaulatan pada Ruang Maya (Cyberspace) Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Masyarakat." " *Dharmasiswa*" *Jurnal Program Magister Hukum Fhui* 1, No. 2 (2021): 29.

Young, James Harvey. *Pure food: securing the Federal Food and Drugs Act of 1906*. Vol. 1004. Princeton University Press, 2014.

Yusuf Shofie, S. H. *Kapita selekta hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti, 2018.

Zulham, S. Hi. *Hukum perlindungan konsumen*. Prenada Media, 2017.

Daftar Indeks

| | |
|--|--|
| A | Dunia, v, 26, 32 |
| Adil, 13, 95 | E |
| Amerika, 21, 26, 49, 51, 53, 56, 76, 80, 81, 92 | E-commerce, 12 |
| B | Edukasi, 81 |
| Badan, 23, 39, 44, 46, 67, 70, 78, 82, 89, 92, 98 | Ekonomi, 22, 32, 38, 75, 83, 95 |
| Bisnis, 15, 63, 74, 75, 77, 80, 95, 96, 97, 99, 100 | Elektronik, 31, 45, 48, 60, 69, 98 |
| BPKN, 67, 78, 92 | Era, 9, 32, 38, 63, 80, 95, 96, 100, 103 |
| BPSK, 70, 71 | F |
| Budaya, 76, 77, 99 | Fenomena, 39 |
| D | G |
| Dampak, 86 | Global, 3 |
| Data, 30, 32, 38, 47, 95, 101, 103 | Globalisasi, 9, 63, 80, 103 |
| Digital, 9, 17, 32, 63, 80, 95, 96, 100, 102, 103 | H |
| Dinamika, 77, 99 | Hak, 3, 46, 96 |
| | Harmonisasi, 49 |
| | Hukum, 1, 3, v, vii, viii, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 25, 28, 32, 33, 35, 38, 41, 43, |

- 44, 47, 50, 58, 59, 67, 68, 71, 74, 75,
80, 81, 83, 95, 96, 97, 98, 99, 100,
101, 102, 103, 104
- I**
- Implikasi, viii, 88
Informasi, 36, 37, 38, 41, 59, 63, 69,
96, 103
Infrastruktur, 84
- J**
- Jaminan, 39
- K**
- Keamanan, 34
Kebocoran, 12
Kesejahteraan, 28, 75, 95
Konsep, 23
Konsumen, 1, 3, v, vii, viii, 10, 11, 12,
13, 15, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 31,
33, 35, 36, 38, 41, 43, 45, 46, 47, 48,
50, 51, 58, 59, 61, 62, 63, 66, 67, 68,
70, 71, 74, 75, 77, 78, 80, 81, 89, 91,
92, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102,
104
- L**
- Layanan, 11
Lembaga, 46, 51, 62, 70, 78, 81, 83, 96,
98, 99
- M**
- Mekanisme, 45, 70
Mutlak, 47, 100
- N**
- Negara, 32, 45, 50, 75, 95, 98, 102, 104
- O**
- Online, 15, 68, 74, 97, 100
Organisasi, 22, 32, 38, 83
- P**
- Pedoman, 48
Pelaku usaha, 12, 34, 36, 39, 62, 69, 73
Pemerintah, 31, 39, 45, 48, 51, 52, 53,
62, 64, 67, 68, 72, 73, 75, 79, 85, 91,
98
Peran, 32, 46, 96, 104
Perdagangan, 12, 23, 31, 32, 44, 46, 47,
55, 101
Perlindungan, 1, 3, v, vii, viii, 11, 12,
13, 15, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29,
30, 31, 32, 33, 35, 38, 41, 43, 45, 46,
47, 48, 50, 51, 58, 59, 61, 62, 66, 67,
68, 74, 75, 78, 80, 81, 86, 87, 89, 91,
92, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102,
104
Perubahan, 53
Pidana, 75, 95
Platform, 38, 102
Politik, 79, 83
Pribadi, 32, 47, 95, 101

Produk, 14, 39, 68, 81, 98, 100

R

Regulasi, 30, 47, 80, 82, 86, 100

S

Sanksi, 70

Sengketa, 23, 45, 50, 61, 70, 101, 102

Sipil, 82

Sistem, 9, 31, 45, 63, 65, 69, 96, 98,

103

Sosial, 38, 50, 76, 102

Strict Liability, 47, 100

T

Teknologi, v, 63, 77, 96

Transaksi, 45, 48, 60, 69, 98

Transaksi Elektronik, 25

Transparansi, 46

U

UUPK, 41, 42, 43, 44, 45, 51, 52

W

WTO, 32

**PRINSIP HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Dalam Mewujudkan Keadilan



Dalam era globalisasi dan perkembangan pesat teknologi informasi, transaksi lintas batas kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan baru dalam ranah hukum, khususnya dalam perlindungan konsumen. Buku ini menyajikan analisis mendalam tentang bagaimana hukum perlindungan konsumen berperan penting dalam menjaga keadilan di tengah kompleksitas transaksi elektronik global.

Penulis menggali dengan cermat landasan hukum yang mengatur transaksi lintas batas, mengidentifikasi tantangan yang muncul, serta memberikan rekomendasi strategis untuk mengatasi permasalahan hukum yang kian berkembang. Dengan pendekatan yang komprehensif, buku ini tidak hanya menawarkan wawasan baru tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam bagi para pembaca.

Ditulis dengan dedikasi tinggi, karya ini diharapkan dapat menjadi rujukan berharga bagi praktisi hukum, akademisi, pelaku usaha, serta pemerintah dalam memahami dan mengimplementasikan hukum perlindungan konsumen yang adil dan efektif di dunia yang semakin terhubung.



PUBLIKA
GLOBAL MEDIA

Jln. Diponegoro, Jetis, 55232, Yogyakarta, Indonesia.
Email: publikaglobalmedia@gmail.com

ISBN 978-623-89364-2-7



9 786238 936427