



## Konsep Dan Karakteristik Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Kea Ezati A.K<sup>1</sup>, Syakira Almanisa<sup>2</sup>, Lawrina Cristi Natalia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Hukum Univeristas Tarumanagara

### Abstract

Received: 19 Agustus 2023  
Revised: 20 September 2023  
Accepted: 27 September 2023

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai konsep dan karakteristik Perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Metode yang digunakan empiris kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Perbedaan kepentingan ini dapat memicu perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Penegakan hukum perlindungan konsumen saat ini lemah dan cenderung melemah. Hal ini terlihat dari banyaknya aduan, aduan dan sengketa konsumen yang disampaikan melalui media sosial, suara pembaca maupun yang masuk ke BPSK, BPKN, LPKSM dan YLKI, namun sangat sedikit yang sampai ke proses pengadilan, bahkan kasusnya banyak yang diputuskan di BPSK, namun di pengadilan berbeda.

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

(\*) Corresponding Author: [kea.205200251@stu.untar.ac.id](mailto:kea.205200251@stu.untar.ac.id)

**How to Cite:** K, K. E. A, Almanisa, S, & Natalia, L. C. (2023). Konsep Dan Karakteristik Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8404581>.

## PENDAHULUAN

Menurut Jimly Asshiddiqie, penegakan hukum adalah proses melakukan upaya menegakkan atau memfungsikan secara nyata norma-norma hukum sebagai pedoman perilaku dalam lalu lintas atau hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara<sup>1</sup>. Penegakan hukum diterapkan pada kasus-kasus yang berkaitan dengan legalitas hubungan hukum atau status hukum (legalitas) antara subjek hukum. Tata hukum yang mengatur hubungan hukum atau status hukum antara subjek hukum termasuk dalam kategori *dwingend recht* yang dalam hukum (*ushul fiqh*) disebut hukum wadl'iy. Tatanan hukum ini berfungsi untuk melindungi nilai-nilai kebenaran dan kemanusiaan. Penegakan hukum diterapkan pada kasus-kasus yang berkaitan dengan hubungan hak dan kewajiban antara subjek hukum. Tata hukum ini termasuk dalam kategori *aanvulend recht* yang dalam hukum Islam disebut hukum takliyyfiy. Jenis tatanan hukum ini berfungsi untuk melindungi nilai keadilan.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Wardiyah, ML (2019). Penegakan Hukum Ekonomi Syari'ah Di Pengadilan Agama di Wilayah Pengadilan Tinggi Agama Bandung. *Jurnal Perspektif*, 2(2), Hlm 184-214.

<sup>2</sup> Arto, AM (2017). Penemuan hukum Islam demi mewujudkan keadilan: membangun sistem peradilan berbasis perlindungan hukum dan keadilan. *Pustaka Pelajar*. Hlm 20

Banyak kasus yang belum terselesaikan seperti kasus biskuit beracun, kasus Ajinomoto, kasus keracunan obat, ikan, bakso dan tahu berformalin dan lain-lain. Hal ini dikarenakan pemerintah dan penegak hukum terkesan membiarkan dalam artian tidak menindak pelaku usaha yang merugikan masyarakat.

Penegakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia memiliki karakteristik khusus. Ciri-ciri tersebut antara lain sengketa konsumen yang terjadi karena adanya ketidakseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen yang hanya menerima, banyaknya jenis transaksi konsumen yang diatur dengan peraturan yang berbeda-beda serta proses penyelesaian sengketa yang berlarut-larut dan memakan waktu lama.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris. Pendekatan masalah yang digunakan adalah eksploratif (*explorative research*), explanatory (*explanatory research*) dan konseptual (*conceptual approach*). Sifat penelitian analitis deskriptif. Jenis data sekunder dan primer, sumber datanya adalah data pustaka dan data lapangan. Teknik pengumpulan data wawancara dan studi dokumen. Pengolahan data adalah *editing* dan *coding*. Analisis data bersifat yuridis kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Soerdjono Soekanto berpendapat bahwa penegakan hukum merupakan kegiatan menyelaraskan hubungan nilai-nilai yang dituangkan dalam kaidah/pandangan nilai yang kokoh dan mewujudkan serta berperan sebagai rangkaian tahap akhir penjabaran nilai guna menciptakan, memelihara, dan memelihara ketenteraman masyarakat<sup>3</sup> Hidup. Penegakan hukum konkrit adalah penerapan hukum positif dalam praktek sebagaimana seharusnya dipatuhi. Penegakan hukum konkrit adalah penerapan hukum positif dalam praktek sebagaimana seharusnya dipatuhi. Oleh karena itu, melaksanakan keadilan dalam suatu perkara bermakna memutuskan hukum secara bersama-sama dalam menjaga dan menjamin ditaatinya hukum materil dengan menggunakan cara prosedural yang ditetapkan oleh hukum formal.<sup>4</sup>

Dalam penegakan hukum dikenal 2 (dua) teori kepatuhan hukum, yaitu 1) teori rasionalis dan 2) teori kooperatif. Teori rasionalis menekankan kepatuhan terhadap hukum melalui penegakan hukum dan pencegahan. Teori ini dikembangkan berdasarkan pertimbangan bahwa pelaku usaha selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>5</sup>

Teori koperasi didasarkan pada pertimbangan bahwa pelaku usaha sama dengan orang biasa yang taat hukum. Pelaku usaha yang beritikad baik berusaha

---

<sup>3</sup> Soekanto, S. (2007). faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum. Mandar Maju, Bandung. Hlm 58

<sup>4</sup> Umarova, IA (2021). Karakteristik sumber dari karya Ayyub "sharhi masnaviyi mawlavi". Jurnal Internasional Linguistik, Sastra dan Budaya, 7(4), Hlm 228- 235.

<sup>5</sup> Suryasa, W.(2019). Historical Religion Dynamics: Fenomenon in Bali. Jurnal Penelitian Lanjutan dalam Sistem Dinamis dan Kontrol, 11(6), Hlm 1679-1685.

untuk mematuhi undang-undang yang bertentangan. Dalam teori ini upaya penegakan hukum dilakukan melalui pengembangan undang-undang yang mudah dipahami dan dilaksanakan, perluasan upaya sosialisasi hukum agar lebih mudah dipahami dan pengembangan metode kooperatif kepatuhan atau melalui pendekatan konsensus.<sup>6</sup>

Lahirnya sengketa konsumen akibat dari posisi yang tidak seimbang antara pelaku usaha dengan konsumen. Menelaah kedudukan konsumen dan pelaku usaha dapat dipelajari dari adanya teori pasar bebas (*free market theory*) dan teori campur tangan pemerintah melalui kebijakannya (teori regulasi publik).

Teori regulasi publik merupakan reaksi terhadap teori pasar bebas. Teori regulasi publik menyatakan bahwa kebijakan pemerintahlah yang mengarahkan perekonomian dan lalu lintas barang dan jasa sesuai dengan keinginan mereka. Secara filosofi melalui serangkaian peraturan pemerintah diharapkan dapat menciptakan perlindungan bagi konsumen dari produk baik barang maupun jasa yang tidak aman bagi konsumen serta terhindar dari perilaku buruk pelaku usaha. Teori pasar bebas memiliki sisi positif yang memberikan peran besar bagi konsumen, namun perkembangan pasar bebas seringkali dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk semata-mata mengejar keuntungan, sehingga aspek kesejahteraan sosial dan perlindungan hak-hak konsumen seringkali diabaikan. Fakta yang sering dihadapi konsumen adalah tidak seimbangnnya posisi daya tawar antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini terlihat dari banyaknya dan maraknya perjanjian baku yang hanya menguntungkan pelaku usaha.

Pelaku usaha dan konsumen secara ekonomi memiliki kedudukan yang tidak seimbang. Secara ekonomi pelaku usaha memiliki kedudukan ekonomi yang lebih tinggi, sedangkan konsumen mempunyai kedudukan ekonomi yang lebih rendah dari pelaku usaha. Pada dasarnya, keseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha merupakan keseimbangan perlindungan di antara mereka.

Posisi konsumen yang melemah merupakan penyebab dari ketidakseimbangan posisi ekonomi antara konsumen dan pelaku usaha. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang membuat posisi konsumen semakin lemah, yaitu: a) Politik pembangunan lebih memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha, berupa melonggarnya norma hukum pada penerapan dan pengaturan hukum konsumen; b) Peradilan tidak konsisten dalam putusannya, sering terjadi perbedaan putusan pengadilan dalam perkara yang sejenis; c) Sistem hukum belum sepenuhnya menggali dan merumuskan kebijakan untuk melindungi konsumen; dan d) Tarik-menarik berbagai kepentingan di antara pelaku ekonomi yang bukan konsumen, pihak mana yang memiliki akses kuat di berbagai lini, termasuk pengambil keputusan. Faktor sosiologis ini berada di luar jangkauan hukum.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Baranov, PP, Mamychyev, AY, Dremluga, RI, & Miroshnichenko, OI (2021). Kesadaran hukum dan budayahukum di era digitalisasi total: Masalah teoretis-metodologis dan teknis-hukum. *Tinjauan Linguistik dan Budaya*, 5(S3), Hlm 899-910

<sup>7</sup> Sayitqulova, ZH qizi. (2021). Refleksi hubungan keluarga dalam novel A. Chulpan "Kecha Va Kunduz". *Jurnal Internasional Linguistik, Sastra dan Budaya*, 7(4), Hlm 188-193.

Contohnya adalah kebijakan *Low Cost Green Car* (LCGC). “Dengan dalih meningkatkan produktivitas industri dan penyerapan tenaga kerja, pemerintah kemudian meluncurkan peraturan tentang pembebasan pajak penjualan mobil. Orang yang tidak terlalu memikirkan dampaknya tentu akan diuntungkan, dan yang berlomba-lomba membeli mobil mungkin bukan satu-satunya. Artinya, kebijakan ini mengarah pada konsumerisme kendaraan yang akan mengakibatkan konsumen semakin lemah jika bergantung pada produk yang sebenarnya bukan kebutuhan konsumen, tetapi hanya sekedar keinginan.”<sup>8</sup>

Seiring berkembangnya teknologi informasi yang memungkinkan setiap orang mengakses informasi dan mempublikasikannya kepada siapa saja menyebabkan posisi konsumen ini semakin melemah. Namun, kebebasan teknologi tidak serta merta memberdayakan konsumen, tetapi harus mengikuti prinsip komunikasi yang baik. Jika tidak, konsumen dapat melakukan intervensi di luar sengketa konsumen itu sendiri, yaitu pencemaran nama baik, seperti kasus Prita Mulyasar vs RS Omni Internasional tahun 2008 lalu.

Perilaku konsumen yang menganut prinsip *take it or leave it*. Perilaku konsumen adalah tindakan langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, dan menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut<sup>9</sup>. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam bukunya *Consumer Behavior*, yang menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah istilah perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan mereka. Artinya, istilah perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditampilkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen berpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki (waktu, uang, usaha) untuk membeli barang yang berhubungan dengan konsumsi. Proses pengambilan keputusan konsumen melalui 3 (tiga) tahapan yang saling terkait satu sama lain, yaitu: tahapan masukan, tahapan proses dan tahapan keluaran.

Tahap input dalam pengambilan keputusan mempengaruhi pengenalan konsumen akan kebutuhan akan produk dan terdiri dari 2 (dua) sumber informasi utama yaitu bisnis dari pemasaran dari pelaku usaha dan pengaruh sosiologis eksternal dari konsumen (keluarga, teman, tetangga, status sosial dan budaya).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu a) faktor internal meliputi persepsi konsumen, reaksi konsumen, kepribadian, karakter, pemikiran logis, gaya hidup, motivasi dan latar belakang pendidikan; b) faktor

---

<sup>8</sup>Redelmeier, DA, Tibshirani, RJ, & Evans, L. (2003). Penegakan hukum lalu lintas dan risiko kematian akibat kecelakaan kendaraan bermotor: studi kasus-crossover. *Itu Lancet*, 361(9376), Hlm 2177-2182.

<sup>9</sup>Esseiva, P., Ioset, S., Anglada, F., Gasté, L., Ribaux, O., Margot, P., & Ottinger, E. (2007). Kecerdasan Narkoba Forensik: alat penting dalam penegakan hukum. *Ilmu forensik internasional*, 167(2-3), Hlm 247-254.

eksternal konsumen meliputi situasi dan berbagai lingkungan eksternal lain yang mendorong terbentuknya perilaku konsumen.<sup>10</sup>

Perilaku konsumen ini juga disebabkan oleh beberapa faktor lain, yaitu: a) rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya; b) masyarakat konsumen belum terkondisikan karena masyarakat belum mengetahui hak-haknya dan ke mana hak-haknya disalurkan jika menemui kesulitan atau kekurangan standar barang atau jasa yang wajar; c) Masyarakat konsumen belum dikondisikan untuk menjadi masyarakat yang memiliki kehendak untuk menuntut hak-haknya. Dilihat dari perilaku konsumennya, konsumen dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam, yaitu:

- Konsumen yang terinformasi dengan baik dicirikan oleh:

- a) memiliki tingkat pendidikan tertentu;

- b) memiliki sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar; dan

- c) komunikasi lancar

- Konsumen yang tidak terinformasi, ciri-cirinya adalah:

- a) kurang pendidikan;

- b) termasuk kategori kelas menengah ke bawah dan

- c) kurang lancar berkomunikasi.

Dari 2 (dua) jenis konsumen tersebut ternyata konsumen Indonesia masih belum melaksanakan kewajibannya untuk menempuh jalur hukum penyelesaian sengketa apabila dirugikan oleh pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (4) UUPK. Sikap penerimaan tersebut mencerminkan bahwa penegakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia belum berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan tingkat kesadaran hukum konsumen yang masih rendah.<sup>11</sup>

Dari segi hukum, pada dasarnya belum ada kesadaran akan hak-haknya sebagai konsumen. Tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya sangat rendah. Hasil laporan akhir optimalisasi perlindungan konsumen di Indonesia tahun 2016 menunjukkan bahwa sekitar 67% konsumen memiliki pengetahuan yang rendah akan haknya dan hal ini juga terlihat dari jumlah pengaduan yang diterima konsumen pada tahun 2020 yang berjumlah 931 kasus. Misalnya, konsumen lebih menerima, tidak kritis dan tidak hati-hati, terutama ketika berhadapan dengan klausul standar.

Klausula baku ini dapat berupa perjanjian, leaflet atau dokumen. Klausula baku ini seringkali menempatkan konsumen pada posisi yang kurang menguntungkan. Misalnya barang yang sudah dibeli tidak bisa dikesampingkan, membuka segel berarti membeli, dan sebagainya.

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang sangat kuat yang berusaha dipertahankan harmonisasi hubungan di antara mereka. Hal ini sangat mempengaruhi sikap dan tindakan mereka di bidang hukum. Masyarakat Indonesia memandang berperkara di pengadilan merupakan hal yang memalukan/aib, karena akan mengganggu keharmonisan hubungan sesama warga negara. Keengganan

---

<sup>10</sup> Fahmi, I. (2016). perilaku Teori Konsumen dan Aplikasi. Bandung: Alfabet. Hlm 16

<sup>11</sup> Herron, L., & Robinson Jr, RB (1993). Model struktural efek karakteristik kewirausahaan pada kinerja usaha. Jurnal jelajah bisnis, 8(3), Hlm 281-294.

untuk pergi ke pengadilan ini juga mempengaruhi konsumen yang menjadi korban produk cacat.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan ini didasarkan pada Pasal 45 UUPK dan Pasal 48 UUPK. Menurut Pasal 48 UUPK menyatakan: “penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 UUPK”. Dengan ketentuan ini penyelesaian sengketa mengacu pada ketentuan HIR dan Rbg.<sup>12</sup>

Proses penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan tergolong lambat dan rumit, dimana untuk menyelesaikan sengketa di pengadilan membutuhkan waktu yang lama. Semua itu karena banyaknya formalitas dan teknis penyelesaian perkara, mulai dari tahap pemeriksaan hingga putusan hakim. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan ini secara teknis memiliki beberapa tingkatan pengadilan sehingga putusan hakim mempunyai kekuatan hukum tetap. Setiap level membutuhkan waktu yang lama. Tahapan yang dilalui dalam proses peradilan adalah pengadilan tingkat pertama di pengadilan negeri, apabila para pihak tidak puas dengan putusan hakim, maka dapat mengajukan banding pada pengadilan tingkat kedua yaitu ke pengadilan tinggi. Jika para pihak tidak puas dengan putusan tingkat kedua, mereka dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Ini membutuhkan waktu lama.

Proses hukum yang panjang ini mengakibatkan tingginya biaya pengadilan yang harus dikeluarkan. Salah satu prinsip dalam beracara perdata di pengadilan adalah bahwa berperkara dikenakan biaya, sehingga biaya yang dikeluarkan dalam beracara akan ditanggung oleh pihak yang berperkara. Selain itu, biaya yang juga dapat dikeluarkan oleh para pihak adalah biaya pengacara.<sup>13</sup>

Selain masalah lamanya waktu dan mahal nya biaya penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, pengadilan juga dinilai tidak tanggap. Ketidaktanggapan pengadilan dapat dilihat dari kurangnya kemampuan pengadilan untuk melindungi dan membela sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, kedudukan hukumnya tidak pandang bulu. Penegak hukum dipandang tajam dalam membela masyarakat kelas bawah dan tumpul untuk menyelesaikan perselisihan masyarakat kelas atas. Ini dianggap tidak memberikan kepastian hukum dalam penegakannya. Putusan pengadilan juga dianggap tidak lengkap dalam menyelesaikan suatu perkara, hal ini dikarenakan banyak putusan pengadilan yang dianggap tidak memberikan keadilan.

Menurut Richard Burton, bisnis adalah segala kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang atau badan secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan untuk mendapatkan barang atau jasa atau fasilitas untuk diperdagangkan, ditukar atau disewakan dengan tujuan membuat keuntungan.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Çağdaş, V., Paasch, JM, Paulsson, J., Ploeger, H., & Kara, A. (2020). Saham kepemilikan bersama di kondominium–Analisis komparatif untuk yurisdiksi hukum perdata terpilih. Kebijakan penggunaan lahan , 95, Hlm 604-668

<sup>13</sup> Engel, JF, Blackwell, RD, & Miniard, PW (1994). Perilaku konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara. Hlm 11

<sup>14</sup> Anklam, E., & Battaglia, R. (2001). Analisis makanan dan perlindungan konsumen. Tren Ilmu & Teknologi Pangan, 12(5-6), Hlm 197-202.

Kegiatan bisnis semakin meningkat dari waktu ke waktu, tidak dapat dihindari akan terjadi perselisihan antara pihak-pihak yang terlibat. Sengketa tersebut dapat terjadi antara pelaku usaha dengan pelaku usaha atau pelaku usaha dengan konsumen. Sengketa timbul karena berbagai sebab dan permasalahan yang melatarbelakanginya, terutama karena adanya benturan kepentingan antara para pihak. Perselisihan yang timbul antara pihak-pihak yang terlibat dalam berbagai macam kegiatan bisnis atau perdagangan disebut perselisihan bisnis. Perselisihan bisnis adalah perselisihan yang terjadi dalam proses transaksi yang berpusat pada ekonomi pasar.

Sengketa bisnis dapat terjadi karena adanya konflik kepentingan yang terjadi antara pihak-pihak yang terlibat, dimana keduanya memiliki keinginan yang sama terhadap suatu objek yang dianggap berharga. Konflik kepentingan ini muncul ketika dua pihak memperebutkan satu objek. Selain itu, dalam bisnis terdapat *truth claim*, yaitu hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan ini terjadi karena keduanya sangat menginginkan satu sama lain dan memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu sama lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat mengandalkan dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin pelaku usaha dapat menjamin kelangsungan usahanya. Di sisi lain, konsumen membutuhkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran dan penawaran.

Cakupan transaksi konsumen yang luas mengakibatkan Beragamnya transaksi konsumen disebabkan banyaknya bidang transaksi konsumen yang secara garis besar dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu barang dan jasa. Di bidang barang, transaksi konsumen dapat berupa jual beli, sewa, dan sebagainya. Pada sektor jasa, transaksi konsumen dapat dibedakan pada bidang jasa keuangan dan jasa non keuangan.<sup>15</sup>

Jasa keuangan adalah kegiatan yang dilakukan dalam bidang perbankan, pasar modal, perasuransian, dana pensiun dan bidang keuangan lainnya atau dengan kata lain bidang usaha yang bergerak dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan pembiayaannya serta dengan memperoleh keuntungan dalam bentuk bunga atau persentase. Jasa non keuangan adalah usaha yang tidak menghimpun dana atau menyalurkan dana kepada masyarakat, misalnya leasing, pariwisata dan sebagainya.

Adanya transaksi konsumen di bidang jasa keuangan menyebabkan berbagai lembaga menyelesaikannya, terutama penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Di bidang jasa keuangan lembaga penyelesaian sengketa adalah OJK sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 16/1/PBI/2014 tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran. Ditambah lagi dengan BPSK

---

<sup>15</sup> Esseiva, P., Ioset, S., Anglada, F., Gasté, L., Ribaux, O., Margot, P., & Ottinger, E. (2007). Kecerdasan Narkoba Forensik: alat penting dalam penegakan hukum. *Ilmu forensik internasional*, 167(2-3), Hlm 247-254.

bahwa ada lembaga di luar pengadilan yang merupakan lembaga penyelesaian sengketa.<sup>16</sup>

Pelaku usaha yang terlibat dalam transaksi konsumen dapat berupa produsen, distributor, importir, agen, dan pengecer. Masing-masing pelaku usaha tersebut memiliki posisi dan peran yang berbeda, dan setiap bentuk pelaku usaha berpotensi merugikan konsumen. Misalnya dalam jual beli LPG, produsen dalam hal ini Pertamina menyalurkan gas tersebut melalui distributor, agen, dan pengecer. Konsumen membeli gas LPG dari pengecer. Ketika elpiji sampai ke konsumen ternyata kandungan gas elpiji tidak sesuai dengan yang seharusnya tertera pada penghematan gas, hal ini tentunya merugikan konsumen dan siapa yang akan bertanggung jawab atas kerugian konsumen tersebut.<sup>17</sup>

Artikel ini tentang hubungan antara undang-undang antimonopoli dan perlindungan konsumen. Tujuannya adalah untuk mendefinisikan setiap bidang hukum, untuk menggambarkan batas di antara mereka, untuk menunjukkan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain, dan untuk menunjukkan bagaimana mereka pada akhirnya mendukung satu sama lain sebagai dua bagian komponen dari kesatuan yang menyeluruh.

Kesatuan menyeluruh itu adalah kedaulatan konsumen Undang-undang antitrust dan perlindungan konsumen memiliki tujuan yang sama karena keduanya dimaksudkan untuk memfasilitasi pelaksanaan kedaulatan konsumen atau pilihan konsumen yang efektif. Kedaulatan konsumen ada ketika dua kondisi mendasar hadir. Harus ada berbagai pilihan konsumen yang dimungkinkan melalui persaingan, dan konsumen harus dapat memilih secara efektif di antara pilihan-pilihan ini.<sup>18</sup>

Batas antara antimonopoli dan perlindungan konsumen paling baik ditentukan dengan mengacu pada dua elemen kedaulatan konsumen ini. Undang-undang antimonopoli dimaksudkan untuk memastikan bahwa pasar tetap kompetitif, sehingga berbagai pilihan yang berarti tersedia bagi konsumen, tidak terganggu oleh praktik-praktik seperti penetapan harga atau merger antipersaingan. Undang-undang perlindungan konsumen kemudian dimaksudkan untuk memastikan bahwa konsumen dapat memilih secara efektif di antara opsi-opsi itu, dengan kemampuan kritis mereka yang tidak terganggu oleh pelanggaran seperti penipuan atau pemotongan informasi material. Proteksi pada kedua level tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa ekonomi pasar dapat terus beroperasi secara efektif.<sup>19</sup>

Perlindungan hukum semacam ini diperlukan, sebagai hal yang praktis, hanya ketika pasar bebas tidak berjalan sebagaimana mestinya. Kegagalan pasar" dapat

---

<sup>16</sup> Simatupang, RB (2003). Aspek hukum dalam bisnis. Rineka Cipta. Hlm 106

<sup>17</sup> Furukawa, M., Iwahashi, Y., Horita, Z., Nemoto, M., & Langdon, TG (1998). Karakteristik geser yang terkait dengan penekanan sudut saluran yang sama. Ilmu dan Teknik Material: A, 257(2), Hlm 328-332.

<sup>18</sup> Siahaan, NHT, Sudirman, A., & Nugroho, YW (2005). Hukum konsumen: perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk. Media Aksara, Bandung. Hlm 7

<sup>19</sup> Fon, V., & Parisi, F. (2006). Preseden peradilan dalam sistem hukum perdata: Sebuah analisis dinamis. Tinjauan Internasional Hukum dan Ekonomi, 26(4), Hlm 519-535.

muncul, bagaimanapun, yang dapat membuat atau mengizinkan persaingan atau masalah perlindungan konsumen. Artikel ini akan menunjukkan bahwa pelanggaran antimonopoli (yang merusak menu pilihan) berasal dari kegagalan pasar di pasar umum di luar konsumen, sedangkan konsumen pelanggaran perlindungan (yang merusak kemampuan individu untuk memilih) mengalir dari kegagalan pasar internal yang terjadi, dalam arti tertentu, "di dalam kepala konsumen"

Meskipun pendekatan ini tampak seperti kesederhanaan Doric, pendekatan ini menyediakan platform teoretis yang koheren dari mana undang-undang antimonopoli dan perlindungan konsumen dapat dipahami dan diterapkan dengan lebih baik.

Pengembangan teori kesatuan kedaulatan konsumen tidak hanya kepentingan konseptual, tetapi juga memiliki konsekuensi praktis yang signifikan. Pertama, ini dapat menjelaskan mengapa Komisi Perdagangan Federal dibentuk untuk bertanggung jawab atas masalah antimonopoli dan perlindungan konsumen dan mengapa harus mempertahankan yurisdiksi ganda ini. Kesadaran akan hubungan antara dua bagian dari piagam undang-undang FTC ini juga mungkin berguna dalam mengidentifikasi kategori kasus tertentu yang lebih cocok untuk ditangani daripada Departemen Kehakiman. Kedua, teori terpadu tentang undang-undang antitrust dan perlindungan konsumen akan membantu FTC dalam menentukan kapan perilaku atau transaksi tertentu harus dilakukan atas dasar antitrust, sebagai lawan dari perlindungan konsumen.<sup>20</sup>

Ketiga, model kedaulatan konsumen yang kami usulkan dapat membantu menentukan kapan praktik bisnis borderline bertentangan dengan tujuan yang mendasari undang-undang perlindungan konsumen atau undang-undang antimonopoli sedemikian rupa sehingga memerlukan penuntutan. Keempat, pentingnya pilihan pasar dalam model kedaulatan konsumen menunjukkan bahwa antimonopoli harus mencurahkan lebih banyak perhatian daripada sekarang pada peran persaingan nonharga. Dalam sektor ekonomi tertentu—misalnya, industri berteknologi tinggi atau yang terkait dengan media keragaman pilihan mungkin jauh lebih penting bagi konsumen daripada persaingan harga. Terakhir, dengan mendefinisikan unsur-unsur kedaulatan konsumen dengan cara yang dapat dipahami secara intuitif, kerangka kerja ini akan bermanfaat bagi negara-negara yang baru pertama kali membuat atau mengatur ulang program regulasi perdagangan.

Sederhananya, kedaulatan konsumen adalah keadaan yang berlaku atau harus berlaku dalam ekonomi pasar bebas modern. Ini adalah seperangkat pengaturan masyarakat yang menyebabkan ekonomi bertindak terutama sebagai respons terhadap sinyal agregat permintaan konsumen, bukan sebagai respons terhadap arahan pemerintah atau preferensi bisnis individu. Ini adalah keadaan di mana konsumen benar-benar "berdaulat", dalam arti memiliki kekuatan untuk

---

<sup>20</sup> Homsombat, P., Phisaiphun, K., Jantharach, N., Ruangsang, N., Sawaengwong, P., Sriburin, E., & Marasi, S. (2021). Manajemen pembelajaran menekankan karakteristik yang diinginkan siswa di universitas Buddhis. *Kajian Linguistik dan Budaya*, 5(S1), Hlm 596-608.

menentukan keinginan mereka sendiri dan kesempatan untuk memuaskan keinginan tersebut dengan harga yang tidak melebihi biaya yang ditanggung oleh penyedia barang. barang dan jasa yang relevan Konsep kedaulatan konsumen sejauh mewujudkan setidaknya beberapa gagasan implisit tentang hubungan yang tepat antara individu dan negara Ini adalah bagian dari jawaban dunia Barat terhadap resep Marxisme.

Inti dari kedaulatan konsumen adalah pelaksanaan pilihan. Dengan memilih beberapa barang atau beberapa pilihan di atas yang lain, konsumen memuaskan keinginan mereka sendiri dan mengirimkan sinyal mereka ke perekonomian. Oleh karena itu, sangat penting bahwa pelaksanaan pilihan konsumen dilindungi. Kita telah melihat bahwa pilihan konsumen yang efektif memerlukan dua hal: pilihan di pasar, dan kemampuan untuk memilih dengan bebas di antara mereka. Namun, untuk mengubah paradigma konseptual ini menjadi kebijakan operasional, setidaknya diperlukan beberapa tingkat kuantifikasi yang kasar.<sup>21</sup>

Undang-undang regulasi perdagangan pada akhirnya adalah tentang pilihan, dan pilihan pada akhirnya adalah tentang opsi-mendapatkannya, menyimpannya, dan memilih di antaranya. Disiplin undang-undang antimonopoli dan perlindungan konsumen paling baik didefinisikan dalam kaitannya dengan peran mereka dalam proses ini<sup>157</sup> Pelanggaran antimonopoli dapat dipahami sebagai aktivitas yang secara tidak wajar mendistorsi atau membatasi opsi yang seharusnya tersedia bagi konsumen. Pelanggaran perlindungan konsumen dapat dipahami sebagai aktivitas yang secara tidak wajar mengganggu pilihan konsumen di antara pilihan yang disediakan di pasar. Kedua bidang hukum ini, bekerja bersama, memberi konsumen alat yang mereka butuhkan untuk menjalankan kedaulatan konsumen secara efektif.<sup>22</sup>

Sejumlah manfaat harus mengalir dari konsepsi terpadu tentang undang-undang regulasi perdagangan ini. Seharusnya membuat para pengacara yang berpraktik dalam disiplin ini lebih waspada terhadap kemungkinan bahwa kasus yang berfokus pada satu elemen kedaulatan konsumen juga akan menimbulkan masalah yang melibatkan elemen lainnya. Ini juga dapat mengingatkan para praktisi bahwa pelanggaran di bawah setengah dari model kedaulatan konsumen kadang-kadang paling baik diatasi dengan solusi yang menangani faktor-faktor yang biasanya dipertimbangkan dalam tindakan di bawah setengah lainnya. Ini juga menunjukkan bahwa para ekonom yang terutama berpraktik di satu bidang harus mendapatkan wawasan dari bidang lain.<sup>158</sup> Kedua jenis kegagalan pasar tampaknya sama pentingnya, sehingga keduanya tampaknya sama-sama layak untuk dipelajari secara profesional.

Tujuan akhir dari artikel ini adalah untuk membantu memusatkan perhatian hukum bidang perlindungan konsumen perlu pada opsi, pergeseran fokus dari

---

<sup>21</sup> Redelmeier, DA, Tibshirani, RJ, & Evans, L. (2003). Penegakan hukum lalu lintas dan risiko kematian akibat kecelakaan kendaraan bermotor: studi kasus-crossover. *Itu Lancet*, 361(9376), Hlm 2177-2182.

<sup>22</sup> Jennings, WG, Fridell, LA, & Lynch, MD (2014). Polisi dan kamera: Persepsi petugas tentang penggunaan kamera yang dikenakan di tubuh dalam penegakan hukum. *Jurnal peradilan pidana*, 42(6), Hlm 549-556.

penekanan administrasi dan yudisial saat ini pada harga. Meskipun persaingan harga sering kali sangat penting bagi kesejahteraan konsumen, begitu pula variasi, kualitas, dan inovasi produk. Atribut-atribut ini kadang-kadang diperlakukan sebagai renungan ketika mereka benar-benar harus berada di garis depan perdebatan dan analisis di bidang hukum yang penting ini.<sup>23</sup>

## **KESIMPULAN**

Penegakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia memiliki konsep dan karakteristik khusus berdasarkan UUPK yaitu 1) sengketa konsumen timbul karena tidak adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen; 2) Perilaku konsumen yang menganut prinsip take it or leave it; 3) Sengketa konsumen tidak cocok untuk diselesaikan melalui proses pengadilan yang formal, rumit dan mahal; 4) Sengketa konsumen adalah sengketa bisnis yang didominasi oleh kepentingan, bukan hak atau kekuasaan; dan 5) Luasnya cakupan transaksi konsumen.

## **REFERENSI**

Arto, AM (2017). Penemuan hukum Islam demi mewujudkan keadilan: membangun sistem peradilan berbasis perlindungan hukum dan keadilan. Pustaka Pelajar.

Engel, JF, Blackwell, RD, & Miniard, PW (1994). Perilaku konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.

Fahmi, I. (2016). perilaku Teori Konsumen dan Aplikasi. Bandung: Alfabet.

Mulyadi, N. (2012). Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan. Bandung: Alfabet.

Siahaan, NHT, Sudirman, A., & Nugroho, YW (2005). Hukum konsumen: perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk. Pantat Rei.

Simatupang, RB (2003). Aspek hukum dalam bisnis. Rineka Cipta. Soekanto, S. (2007). faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum.

Suherman, AM (2021). Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global. Ghalia Indonesia.

Suryasa, W. (2019). Historical Religion Dynamics: Fenomenon in Bali. Jurnal Penelitian Lanjutan dalam Sistem Dinamis dan Kontrol, 11(6), 1679-1685.

## **Jurnal**

Anklam, E., & Battaglia, R. (2001). Analisis makanan dan perlindungan konsumen. Tren Ilmu & Teknologi Pangan, 12(5-6), 197-202.

Baranov, PP, Mamychev, AY, Dremluga, RI, & Miroshnichenko, OI (2021). Kesadaran hukum dan budaya hukum di era digitalisasi total: Masalah teoretis-metodologis dan teknis-hukum. Tinjauan Linguistik dan Budaya, 5(S3), 899-910

Çağdaş, V., Paasch, JM, Paulsson, J., Ploeger, H., & Kara, A. (2020). Saham kepemilikan bersama di kondominium—Analisis komparatif untuk yurisdiksi hukum perdata terpilih. Kebijakan penggunaan lahan, 95, 104668

---

<sup>23</sup> Procter, L., Angus, DJ, Blaszczyński, A., & Gainsbury, SM (2019). Memahami penggunaan alat perlindungan konsumen di antara pelanggan peradilan internet: Kegunaan Teori Perilaku Terencana dan Teori Tindakan Beralasan. Perilaku adiktif, 99, 106050. Hlm 201-205

Esseiva, P., Ioset, S., Anglada, F., Gasté, L., Ribaux, O., Margot, P., & Ottinger, E. (2007). Kecerdasan Narkoba Forensik: alat penting dalam penegakan hukum. *Ilmu forensik internasional*, 167(2-3), 247-254.

Fon, V., & Parisi, F. (2006). Preseden peradilan dalam sistem hukum perdata: Sebuah analisis dinamis. *Tinjauan Internasional Hukum dan Ekonomi*, 26(4), 519-535.

Furukawa, M., Iwahashi, Y., Horita, Z., Nemoto, M., & Langdon, TG (1998). Karakteristik geser yang terkait dengan penekanan sudut saluran yang sama. *Ilmu dan Teknik Material: A*, 257(2), 328-332.

Hawkins, D., Terbaik, RJ, & Coney, KA (2009). *Perilaku konsumen*. Penerbitan McGraw-Hill.

Herron, L., & Robinson Jr, RB (1993). Model struktural efek karakteristik kewirausahaan pada kinerja usaha. *Jurnal jelajah bisnis*, 8(3), 281-294.

Homsombat, P., Phisaiphun, K., Jantharach, N., Ruangsang, N., Sawaengwong, P., Sriburin, E., & Marasi, S. (2021). Manajemen pembelajaran menekankan karakteristik yang diinginkan siswa di universitas Buddhis. *Kajian Linguistik dan Budaya*, 5(S1), 596-608.

Jennings, WG, Fridell, LA, & Lynch, MD (2014). Polisi dan kamera: Persepsi petugas tentang penggunaan kamera yang dikenakan di tubuh dalam penegakan hukum. *Jurnal peradilan pidana*, 42(6), 549-556.

Jin, GZ, & Wagman, L. (2021). Data besar di persimpangan antimonopoli dan perlindungan konsumen. *Information Economic sandPolicy*, 54, 100865.

Procter, L., Angus, DJ, Blaszczyński, A., & Gainsbury, SM (2019). Memahami penggunaan alat perlindungan konsumen di antara pelanggan perjudian internet: Kegunaan Teori Perilaku Terencana dan Teori Tindakan Beralasan. *Perilaku adiktif*, 99, 106050.

Rahmadi, T. (2011). *hukum lingkungan hidup di indonesia*. Jakarta: PT Rajawali Pers. Rahmawanti, IN, & Lubis, R. (2014). *Sengketa Konsumen Win-Win Solution*.

Redelmeier, DA, Tibshirani, RJ, & Evans, L. (2003). Penegakan hukum lalu lintas dan risiko kematian akibat kecelakaan kendaraan bermotor: studi kasus-crossover. *Itu Lancet*, 361(9376), 2177-2182.

Sayitqulova, ZH qizi. (2021). Refleksi hubungan keluarga dalam novel A. Chulpan "Kecha Va Kunduz". *Jurnal Internasional Linguistik, Sastra dan Budaya*, 7(4), 188-193.

Umarova, IA (2021). Karakteristik sumber dari karya Ayyub "sharhi masnaviyi mawlavi". *Jurnal Internasional Linguistik, Sastra dan Budaya*, 7(4), 228-235.

Wardiyah, ML (2019). Penegakan Hukum Ekonomi Syari'ah Di Pengadilan Agama di Wilayah Pengadilan Tinggi Agama Bandung. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 184-214.