
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM KEGIATAN PERDAGANGAN

Oleh

Novi Septiani¹, Muhamad Sidik², Indah Mustika Sari³, Fifi Noviana⁴, Muhamad Sundari⁵, Yuyut Prayuti⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Magister Hukum Kesehatan, Universitas Islam Nusantrara

Email: ¹noviseptiani@gmail.com, ²naval.analyst@gmail.com,

³indasari461@gmail.com, ⁴fiespog@gmail.com

Article History:

Received: 09-03-2026

Revised: 18-03-2026

Accepted: 12-04-2026

Keywords: Perlindungan Hukum, Konsumen, Perdagangan, UUPK, Perdagangan Digital

Abstract: Perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan merupakan instrumen penting untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan hak-hak konsumen dalam sistem ekonomi nasional. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum utama yang memberikan kepastian hukum mengenai hak, kewajiban, tanggung jawab, dan mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, perkembangan perdagangan modern, khususnya perdagangan melalui sistem elektronik, memperlihatkan bahwa tantangan perlindungan konsumen semakin kompleks dan menuntut penguatan regulasi maupun implementasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dasar hukum perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan, menelaah tantangan implementasinya, serta merumuskan arah penguatan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil kajian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan di Indonesia telah memiliki fondasi yang cukup kuat melalui UUPK dan penguatan kebijakan melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Meski demikian, efektivitas perlindungan konsumen masih menghadapi kendala berupa lemahnya pengawasan, rendahnya kepatuhan pelaku usaha, keterbatasan penyelesaian sengketa, serta munculnya risiko baru dalam perdagangan digital dan lintas negara. Oleh karena itu, dibutuhkan pembaruan hukum, penguatan kelembagaan, peningkatan literasi konsumen, dan penyesuaian sistem pengawasan terhadap dinamika perdagangan modern.

PENDAHULUAN

Kegiatan perdagangan merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian karena menjadi sarana distribusi barang dan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen. Dalam praktiknya, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen seringkali tidak berada dalam posisi yang seimbang. Pelaku usaha umumnya memiliki keunggulan dalam hal informasi, teknologi, serta kekuatan ekonomi, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, seperti informasi yang menyesatkan, barang yang tidak sesuai, serta penggunaan klausula baku yang merugikan (Miru, 2018). Dalam konteks negara hukum, perlindungan hukum bagi konsumen menjadi penting untuk menjamin terciptanya keadilan dan kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan. Kehadiran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan bentuk komitmen negara dalam memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen, termasuk hak atas keamanan, kenyamanan, dan informasi yang benar (Nasution, 2019). Namun demikian, efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada implementasi dan penegakan hukum yang konsisten. Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola perdagangan, terutama melalui perdagangan elektronik (e-commerce). Transaksi digital menghadirkan kemudahan dan efisiensi, tetapi juga menimbulkan berbagai risiko baru, seperti ketidakjelasan identitas pelaku usaha, penyalahgunaan data pribadi, serta kesulitan dalam penyelesaian sengketa lintas negara (Rachmawati, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa model perlindungan konsumen konvensional perlu disesuaikan dengan dinamika perdagangan digital yang semakin kompleks. Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji perlindungan konsumen dalam berbagai aspek, seperti perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, kepatuhan pelaku usaha terhadap UUPK, serta perlindungan konsumen dalam perdagangan lintas negara. Namun, kajian tersebut umumnya masih bersifat sektoral dan belum mengintegrasikan perlindungan konsumen dalam perdagangan konvensional, perdagangan digital, serta tantangan global secara komprehensif (Nugroho, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis secara menyeluruh mengenai dasar hukum perlindungan konsumen, tantangan implementasinya dalam perdagangan modern, serta arah penguatan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan **penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menelaah bahan pustaka atau data sekunder sebagai sumber utama** (Peter Mahmud Marzuki, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kebijakan strategis perlindungan konsumen, serta berbagai regulasi yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk memahami asas-asas perlindungan hukum, seperti asas keseimbangan, kepastian hukum, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam hubungan perdagangan. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian

ini terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Adapun bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang relevan dengan perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan, baik konvensional maupun digital. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan, yaitu dengan menelaah peraturan perundang-undangan, literatur hukum, dan hasil penelitian terdahulu. Selanjutnya, bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Philipus M. Hadjon 2024, perlindungan hukum merupakan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap hak-hak subjek hukum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perlindungan hukum pada dasarnya bertujuan untuk menjamin adanya kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan dalam hubungan hukum antara individu dengan pihak lain maupun dengan negara. Lebih lanjut, perlindungan hukum dapat dibedakan ke dalam dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif diberikan sebelum terjadinya sengketa, antara lain melalui pembentukan norma, mekanisme pengawasan, serta penyediaan informasi yang transparan kepada masyarakat. Sementara itu, perlindungan hukum represif diberikan setelah terjadi pelanggaran atau sengketa, yaitu melalui penyelesaian di pengadilan maupun di luar pengadilan, serta pemberian sanksi atau ganti rugi. Selain konsep perlindungan hukum juga berkaitan erat dengan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum. Menurut Satjipto Rahardjo, hukum tidak hanya berfungsi sebagai alat pengatur, tetapi juga sebagai sarana untuk melindungi kepentingan masyarakat, khususnya pihak yang berada dalam posisi lebih lemah. Dalam konteks ini, konsumen seringkali berada pada posisi yang tidak seimbang dibandingkan pelaku usaha, sehingga membutuhkan perlindungan hukum yang memadai.

Dalam konteks perlindungan konsumen, bentuk perlindungan hukum preventif tercermin melalui kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa, serta menjamin standar mutu produk. Adapun perlindungan hukum represif diwujudkan melalui hak konsumen untuk mengajukan pengaduan, menuntut ganti rugi, dan menyelesaikan sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun pengadilan. Teori perlindungan hukum dapat digunakan sebagai dasar analisis untuk menilai sejauh mana sistem hukum di Indonesia telah mampu memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan, baik secara konvensional maupun dalam konteks perdagangan digital.

2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Perdagangan

Secara normatif, perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menetapkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada

konsumen. Keberadaan undang-undang ini menjadi dasar utama dalam mengatur hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan.

Undang-undang tersebut memberikan kerangka hukum yang mengatur hak-hak konsumen, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, hak untuk memilih barang dan/atau jasa, hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Di sisi lain, undang-undang ini juga mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Menurut Ahmadi Miru, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen, sehingga tercipta hubungan perdagangan yang adil. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan terhadap pihak yang lemah, tetapi juga sebagai instrumen untuk menciptakan iklim usaha yang sehat.

Seiring dengan perkembangan perdagangan modern, dasar hukum perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada UUPK, tetapi juga didukung oleh berbagai regulasi lain yang berkaitan dengan perdagangan melalui sistem elektronik dan perlindungan data pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia bersifat dinamis dan terus berkembang untuk menyesuaikan dengan perubahan pola perdagangan di masyarakat. Disimpulkan bahwa dasar hukum perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan di Indonesia telah memiliki landasan yang cukup kuat. Namun, efektivitasnya tetap bergantung pada implementasi dan penegakan hukum yang konsisten dalam praktik.

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan didasarkan pada sejumlah asas yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, asas perlindungan konsumen meliputi asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Asas-asas tersebut menjadi landasan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen agar tercipta hubungan yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

Asas manfaat mengandung pengertian bahwa perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Asas keadilan menekankan adanya perlakuan yang adil bagi kedua belah pihak dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu, asas keseimbangan bertujuan menciptakan posisi yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha, mengingat dalam praktiknya konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah.

Selanjutnya, asas keamanan dan keselamatan konsumen menegaskan bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan harus memberikan jaminan keamanan bagi konsumen. Adapun asas kepastian hukum bertujuan memberikan perlindungan melalui aturan yang jelas serta penegakan hukum yang konsisten, sehingga hak dan kewajiban para pihak dapat terlindungi secara optimal.

Menurut Ahmadi Miru, asas-asas tersebut merupakan fondasi utama dalam sistem perlindungan konsumen yang berfungsi untuk menciptakan hubungan perdagangan yang sehat dan berkeadilan. Dengan adanya asas tersebut, diharapkan tidak terjadi

penyalahgunaan kekuasaan oleh pelaku usaha terhadap konsumen. Adapun tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen, serta menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi. Selain itu, perlindungan konsumen juga bertujuan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam kegiatan perdagangan. Asas dan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai dasar dalam mewujudkan sistem perdagangan yang adil, aman, dan berkelanjutan

4. Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Modern

Perkembangan kegiatan perdagangan pada masa kini tidak lagi terbatas pada transaksi konvensional, melainkan telah berkembang ke arah perdagangan berbasis teknologi digital. Perdagangan melalui sistem elektronik, seperti marketplace, layanan berbasis aplikasi, dan transaksi lintas negara, telah memperluas ruang interaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Kondisi ini memberikan kemudahan dan efisiensi, tetapi pada saat yang sama juga menimbulkan berbagai risiko baru bagi konsumen, seperti ketidakjelasan identitas pelaku usaha, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, serta kesulitan dalam proses pengembalian dana.

Dalam konteks hukum di Indonesia, perlindungan konsumen dalam perdagangan modern tidak hanya berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tetapi juga didukung oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Regulasi tersebut mengatur aspek transaksi elektronik, kewajiban pelaku usaha, serta perlindungan terhadap konsumen dalam kegiatan perdagangan digital.

Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development*, perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik harus mencakup transparansi informasi, keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif (OECD, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam perdagangan modern memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan perdagangan konvensional.

Dalam praktiknya, konsumen masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti penggunaan klausula baku yang merugikan, keterbatasan akses informasi, serta lemahnya posisi tawar dalam transaksi digital. Selain itu, perdagangan lintas negara juga menimbulkan persoalan yurisdiksi dan penegakan hukum yang kompleks, sehingga konsumen seringkali berada pada posisi yang lebih lemah (Rachmawati, 2021).

Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam perdagangan modern perlu dipahami secara komprehensif, tidak hanya terbatas pada aspek hukum perjanjian, tetapi juga mencakup perlindungan data pribadi, keamanan sistem elektronik, serta tanggung jawab platform digital sebagai penyelenggara transaksi. Dengan demikian, sistem perlindungan konsumen harus terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika perdagangan berbasis teknologi agar mampu memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen.

5. Strategi Nasional Perlindungan Konsumen

Dalam rangka memperkuat perlindungan konsumen secara nasional, pemerintah menetapkan kebijakan melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Kebijakan ini memuat arah strategis, program prioritas, serta langkah-langkah yang terintegrasi dalam upaya meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di Indonesia. Kehadiran strategi nasional ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya dipandang sebagai persoalan hukum semata, tetapi juga sebagai bagian dari kebijakan pembangunan nasional yang melibatkan berbagai sektor. Strategi nasional tersebut menekankan pentingnya koordinasi antar lembaga pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan sistem perlindungan konsumen yang efektif. Selain itu, kebijakan ini juga diarahkan untuk meningkatkan kesadaran konsumen, memperkuat pengawasan terhadap pelaku usaha, serta mendorong pemanfaatan teknologi dalam sistem perlindungan konsumen. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada regulasi, tetapi juga pada implementasi kebijakan yang terstruktur dan berkelanjutan.

Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Strategi Nasional Perlindungan Konsumen disusun sebagai respons terhadap berbagai tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, termasuk perkembangan perdagangan digital dan kompleksitas transaksi lintas sektor. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan perlindungan konsumen harus bersifat adaptif dan responsif terhadap dinamika ekonomi dan teknologi.

Dengan demikian, keberadaan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen menjadi instrumen penting dalam mengintegrasikan berbagai kebijakan dan program perlindungan konsumen secara nasional. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada komitmen seluruh pemangku kepentingan dalam melaksanakan kebijakan tersebut secara konsisten dan terukur.

6. Tantangan Implementasi Perlindungan Konsumen

Meskipun kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah tersedia melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, implementasinya dalam kegiatan perdagangan masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu persoalan utama adalah rendahnya kepatuhan sebagian pelaku usaha terhadap kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta bertanggung jawab atas barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Dalam praktiknya, konsumen masih sering menghadapi permasalahan berupa barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, penolakan pengembalian dana, serta informasi yang menyesatkan.

Secara teoritis, menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum dibedakan ke dalam bentuk preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah terjadinya sengketa melalui pengaturan, pengawasan, dan pemberian informasi yang memadai, sedangkan perlindungan hukum represif bertujuan menyelesaikan sengketa melalui mekanisme peradilan maupun di luar pengadilan (Hadjon, 2014). Dalam konteks perlindungan konsumen, kedua bentuk perlindungan tersebut belum berjalan secara optimal.

Kelemahan dalam perlindungan preventif terlihat dari masih adanya pelaku usaha yang mengabaikan kewajiban transparansi informasi dan standar mutu produk. Sementara itu, perlindungan represif juga menghadapi kendala, terutama dalam hal akses terhadap mekanisme pengaduan dan efektivitas penyelesaian sengketa yang belum sepenuhnya memberikan pemulihan yang cepat dan adil bagi konsumen. Menurut Ahmadi Miru, lemahnya penegakan hukum menjadi salah satu faktor utama belum optimalnya perlindungan konsumen di Indonesia (Miru, 2018).

Selain itu, perkembangan perdagangan digital juga menimbulkan tantangan baru, terutama dalam transaksi lintas negara yang melibatkan pelaku usaha dari berbagai yurisdiksi. Kondisi ini menimbulkan kesulitan dalam penegakan hukum, karena perbedaan sistem hukum dan keterbatasan kewenangan lembaga nasional. Penelitian Rachmawati (2021) menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik masih menghadapi kendala dalam hal identifikasi pelaku usaha, perlindungan data pribadi, serta penyelesaian sengketa lintas negara. Dapat disimpulkan bahwa tantangan implementasi perlindungan konsumen tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan regulasi, tetapi juga oleh lemahnya penegakan hukum, rendahnya kesadaran pelaku usaha, serta kompleksitas perdagangan digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menyentuh aspek implementasi secara nyata.

7. Kebutuhan Pembaruan Hukum

Perkembangan kegiatan perdagangan yang semakin kompleks, khususnya dalam konteks digital dan lintas negara, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan pembaruan terhadap sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan landasan hukum yang cukup kuat, namun dalam praktiknya undang-undang tersebut belum sepenuhnya mampu mengakomodasi dinamika perdagangan modern yang terus berkembang.

Kebutuhan pembaruan hukum ini tidak hanya berkaitan dengan substansi pengaturan, tetapi juga mencakup aspek kelembagaan, mekanisme pengawasan, serta sistem penegakan hukum. Menurut Satjipto Rahardjo, hukum harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat agar tetap relevan dan efektif dalam memberikan perlindungan. Dalam konteks ini, hukum perlindungan konsumen perlu dikembangkan secara adaptif untuk menjawab tantangan baru. Selain itu, pembaruan hukum juga perlu diarahkan pada penguatan pengaturan mengenai perlindungan data pribadi, tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan efisien. Penelitian Rachmawati (2021) menunjukkan bahwa transaksi elektronik menimbulkan berbagai persoalan baru, seperti ketidakjelasan identitas pelaku usaha dan kesulitan dalam penegakan hak konsumen, sehingga memerlukan pengaturan yang lebih spesifik dan komprehensif.

Di samping itu, pembaruan hukum juga harus memperhatikan perkembangan standar internasional dalam perlindungan konsumen. *United Nations Conference on Trade and Development* menekankan pentingnya adaptasi regulasi nasional terhadap perkembangan global, terutama dalam menghadapi perdagangan lintas negara dan ekonomi digital (UNCTAD, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa sistem hukum perlindungan konsumen tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu diselaraskan dengan praktik dan standar internasional.

Kebutuhan pembaruan hukum perlindungan konsumen menjadi suatu keniscayaan agar sistem hukum yang ada tetap relevan dan mampu memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen. Pembaruan tersebut harus dilakukan secara menyeluruh, baik dari sisi regulasi, kelembagaan, maupun penegakan hukum, sehingga dapat menjawab tantangan perdagangan modern secara optimal.

8. Arah Penguatan Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Penguatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan memerlukan langkah-langkah strategis yang komprehensif dan berkelanjutan. Upaya tersebut mencakup pembaruan regulasi, penguatan penegakan hukum, optimalisasi kebijakan nasional, serta peningkatan literasi dan keberdayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan pandangan Howells dan Weatherill (2017) yang menekankan bahwa perlindungan konsumen modern harus didukung oleh regulasi yang adaptif, penegakan hukum yang efektif, serta pemberdayaan konsumen.

Pertama, diperlukan pembaruan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar lebih responsif terhadap perkembangan perdagangan digital, termasuk pengaturan kontrak baku elektronik, perlindungan data pribadi, serta penyelesaian sengketa lintas negara. Kedua, penguatan pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha, termasuk platform digital, menjadi penting untuk meningkatkan kepatuhan terhadap kewajiban hukum. Menurut Ahmadi Miru, lemahnya penegakan hukum merupakan salah satu faktor utama belum optimalnya perlindungan konsumen di Indonesia (Miru, 2018).

Ketiga, optimalisasi implementasi kebijakan nasional, termasuk Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, perlu dilakukan agar kebijakan perlindungan konsumen dapat berjalan secara lintas sektor dan terukur. Keempat, peningkatan literasi hukum dan keberdayaan konsumen menjadi faktor penting agar masyarakat mampu memahami dan memperjuangkan hak-haknya dalam kegiatan perdagangan. Nugroho (2022) menegaskan bahwa rendahnya kesadaran hukum konsumen menjadi salah satu penyebab lemahnya posisi tawar konsumen.

Selain itu, penguatan perlindungan konsumen juga perlu diarahkan pada optimalisasi mekanisme penyelesaian sengketa. Menurut Sjahdeini (2020), sistem penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia masih menghadapi kendala dalam hal aksesibilitas dan efektivitas, sehingga diperlukan modernisasi lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui pemanfaatan teknologi digital.

Dalam konteks perdagangan digital, tanggung jawab platform marketplace juga perlu ditegaskan. *Organisation for Economic Co-operation and Development* menekankan bahwa platform digital tidak lagi sekadar perantara, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam menjamin keamanan transaksi dan transparansi informasi (OECD, 2016).

Terakhir, dalam menghadapi perdagangan lintas negara, Indonesia perlu memperkuat kerja sama internasional di bidang perlindungan konsumen. *United Nations Conference on Trade and Development* menyatakan bahwa kerja sama internasional penting untuk mengatasi persoalan yurisdiksi dan meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dalam perdagangan global (UNCTAD, 2020). Dengan demikian, arah penguatan perlindungan hukum bagi konsumen harus dilakukan secara menyeluruh melalui pembaruan regulasi,

penguatan kelembagaan, peningkatan penegakan hukum, pemanfaatan teknologi, serta pemberdayaan konsumen secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam kegiatan perdagangan merupakan unsur penting dalam mewujudkan sistem perdagangan yang adil, aman, dan bertanggung jawab. Indonesia telah memiliki fondasi hukum yang cukup kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta penguatan kebijakan melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Hanafia, 2025). Namun, perkembangan perdagangan modern menimbulkan tantangan baru berupa digitalisasi transaksi, lemahnya pengawasan, rendahnya kepatuhan pelaku usaha, dan kompleksitas sengketa lintas negara. Karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen harus terus diperkuat melalui pembaruan regulasi, penguatan kelembagaan, dan peningkatan keberdayaan konsumen.

Secara normatif, keberadaan UUPK telah memberikan dasar hukum mengenai hak dan kewajiban para pihak, tanggung jawab pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Akan tetapi, efektivitas pelaksanaannya masih bergantung pada konsistensi pengawasan, penegakan hukum, serta kemampuan lembaga terkait dalam memberikan pemulihan hak secara cepat dan adil kepada konsumen. Dengan kata lain, persoalan utama perlindungan konsumen saat ini tidak semata terletak pada ketersediaan aturan, melainkan pada implementasi norma hukum dalam praktik perdagangan sehari-hari. Perkembangan perdagangan berbasis teknologi juga memperluas bentuk hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Transaksi melalui marketplace, media sosial, dan platform digital menghadirkan manfaat berupa kemudahan dan efisiensi, tetapi sekaligus melahirkan risiko baru seperti penyalahgunaan data pribadi, informasi yang tidak transparan, barang tidak sesuai deskripsi, serta kesulitan penelusuran tanggung jawab pelaku usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model perlindungan konsumen konvensional perlu disesuaikan dengan dinamika perdagangan digital yang semakin kompleks. Selain itu, transaksi lintas negara menimbulkan persoalan yurisdiksi, pilihan hukum, dan pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha asing yang tidak selalu mudah diselesaikan melalui mekanisme nasional. Oleh karena itu, sistem perlindungan konsumen Indonesia perlu diarahkan agar lebih adaptif terhadap perdagangan global dan perkembangan teknologi, baik melalui harmonisasi regulasi, penguatan kerja sama antar lembaga, maupun peningkatan kapasitas penyelesaian sengketa berbasis digital. Pada akhirnya, perlindungan hukum bagi konsumen harus dipahami sebagai tanggung jawab bersama antara negara, pelaku usaha, dan masyarakat. Negara berkewajiban menyediakan regulasi dan pengawasan yang efektif, pelaku usaha wajib menjalankan kegiatan perdagangan secara jujur dan bertanggung jawab, sedangkan konsumen perlu memiliki kesadaran hukum atas hak dan kewajibannya. Dengan sinergi tersebut, tujuan mewujudkan sistem perdagangan yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berorientasi pada perlindungan masyarakat dapat tercapai secara optimal.

Saran

Pemerintah dan pembentuk undang-undang perlu mempercepat evaluasi dan pembaruan UUPK agar sesuai dengan perkembangan perdagangan modern dan kebutuhan perlindungan konsumen masa kini. Selain itu, pengawasan terhadap pelaku usaha dan

platform digital harus diperkuat, penyelesaian sengketa harus dibuat lebih mudah diakses, dan edukasi konsumen harus diperluas agar perlindungan hukum berjalan lebih efektif dan merata. Di samping itu, revisi terhadap UUPK perlu diarahkan secara khusus pada pengaturan transaksi digital, penggunaan kontrak elektronik, perlindungan data pribadi konsumen, tanggung jawab marketplace sebagai penyelenggara platform, serta mekanisme penyelesaian sengketa lintas negara. Pembaruan regulasi tersebut penting agar hukum perlindungan konsumen mampu menjawab perkembangan model perdagangan berbasis teknologi yang terus berubah. Pemerintah juga perlu memperkuat koordinasi antar lembaga yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, baik di tingkat pusat maupun daerah, sehingga pengawasan, penanganan pengaduan, dan penegakan hukum dapat berjalan lebih terpadu. Optimalisasi peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) juga diperlukan melalui peningkatan kapasitas kelembagaan, sumber daya manusia, digitalisasi layanan, dan perluasan akses masyarakat terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, sederhana, dan berbiaya ringan.

Selanjutnya, pelaku usaha perlu didorong untuk meningkatkan kepatuhan hukum melalui penerapan prinsip itikad baik, transparansi informasi, jaminan mutu barang dan jasa, serta tanggung jawab terhadap kerugian konsumen. Penegakan sanksi administratif maupun perdata secara konsisten perlu dilakukan agar tercipta efek jera dan budaya usaha yang sehat. Di sisi lain, masyarakat sebagai konsumen juga perlu terus ditingkatkan literasi hukumnya melalui pendidikan konsumen, kampanye publik, dan pemanfaatan media digital agar lebih memahami hak dan kewajibannya dalam kegiatan perdagangan. Konsumen yang memiliki pengetahuan memadai akan lebih mampu mengambil keputusan secara cerdas, kritis terhadap penawaran yang merugikan, dan berani menempuh jalur pengaduan apabila haknya dilanggar. Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga memerlukan sinergi antara negara, pelaku usaha, dan masyarakat. Melalui pembaruan hukum, penguatan kelembagaan, peningkatan kepatuhan usaha, dan keberdayaan konsumen, sistem perdagangan yang adil, aman, dan bertanggung jawab dapat lebih mudah diwujudkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. 2024. Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen.
- [2] Hadjon, Philipus M. 2024. Pengantar Hukum Administrasi Indonesia. Yogyakarta: UGM Press.
- [3] Howells, Geraint, dan Stephen Weatherill. 2017. Consumer Protection Law.
- [4] Hukumonline. 2026. "Sudah Ketinggalan Zaman, MK Minta UU Perlindungan Konsumen Dikaji Ulang." Hukumonline.
- [5] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2024. Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- [6] Marzuki, Peter Mahmud. 2017. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana.
- [7] Miru, Ahmadi. 2018. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen.
- [8] Nasution, Az. 2019. Hukum Perlindungan Konsumen.
- [9] Nugroho, A. 2022. "Kesadaran Hukum Konsumen." Jurnal Hukum & Pembangunan.
- [10] Organisation for Economic Co-operation and Development. 2016. Consumer Policy

- and E-commerce. Paris: OECD.
- [11] Rachmawati, E. 2021. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik." Jurnal IUS QUIA IUSTUM.
 - [12] Rahardjo, Satjipto. Ilmu Hukum. Bandung: Citra Aditya Bakti. Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 - [13] Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - [14] Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - [15] Republik Indonesia. 2019. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
 - [16] Republik Indonesia. 2024. Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen.
 - [17] Sjahdeini, Sutan Remy. 2020. Perlindungan Konsumen di Indonesia.
 - [18] United Nations Conference on Trade and Development. 2020. Consumer Protection and E-commerce. Geneva: UNCTAD.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN