


Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergitas Negara, Pelaku Usaha, dan Konsumen

Nurul Fibrianti

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

 nurulfibrianti@mail.unnes.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/burrev.3971>

Kata Kunci:
*Sinergi; Negara;
Pelaku Usaha;
Konsumen;
Penyelenggaraan
perlindungan
konsumen*

ABSTRAK

Negara, pelaku usaha, dan konsumen merupakan tiga unsur penyelenggara perlindungan konsumen. Ketiga unsur tersebut sangat diperlukan agar dapat menciptakan perlindungan konsumen yang kondusif, seperti adanya kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajibannya, ketaatan pelaku usaha dalam memproduksi dan memasarkan produknya, regulasi yang memberikan keadilan dan kepastian hukum, serta kemanfaatan bagi semua pihak. Penyelenggaraan perlindungan konsumen yang kondusif akan menumbuhkan keberdayaan bagi konsumen, daya saing bagi pelaku usaha, dan pertumbuhan ekonomi bagi negara. Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah ini yakni pendekatan yuridis normatif, sedangkan jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penyelenggaraan perlindungan konsumen yang diambil dari sisi pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini terlihat potret penyelenggaraan perlindungan konsumen dari ketiga unsur tersebut, unsur negara, pelaku usaha, dan konsumen belum memiliki sinergitas peran yang baik sehingga masih muncul pelanggaran dan celah hukum dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan penyelenggaraan perlindungan konsumen belum terselenggara dengan baik..

Keywords:
*Synergy;
Country;
Businessmen;
Consumer;
Implementation
of consumer
protection*

ABSTRACT

The state, business actors, and consumers are the three elements that implement consumer protection. The synergy of the roles of the three elements is needed to be able to create conducive consumer protection where there is consumer awareness of their rights and obligations, the obedience of business actors in producing and marketing their products and regulations that provide justice, legal certainty and benefit to all parties. Conducive implementation of consumer protection will foster empowerment for consumers, competitiveness for business actors and economic growth for the country. The purpose of this research is to analyze the implementation of consumer protection taken from the government, business actors and consumers side by means of a qualitative descriptive method. The method used to solve this problem is a normative juridical approach, while this type of research is descriptive qualitative. The results of this research are a portrait of the implementation of consumer protection from the three elements in which both the elements of

the State, business actors and consumers themselves do not have a good synergy of roles so that there are still violations and legal loopholes in implementing consumer protection. So, it can be concluded that the implementation of consumer protection has not been well organized.

1. PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan melalui keberpihakan pada konsumen karena dilatarbelakangi adanya posisi yang tidak seimbang antara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen yang seorang individu dihadapkan pada pelaku usaha yang terorganisir dengan baik serta memiliki kekuatan modal yang cukup menjadikan konsumen merasa memiliki posisi tawar yang lebih rendah. Adanya keinginan konsumen memperoleh kualitas maksimal dengan memberikan pembayaran seminimal mungkin serta kepentingan pelaku usaha untuk menjual produk dengan kualitas rendah namun harga yang tinggi laksana dua sisi mata uang. Di sinilah negara berperan sebagai pihak yang menengahi dua kepentingan yang saling bertolak belakang tersebut.

Negara hadir sebagai pembuat regulasi, kebijakan, kajian hingga melakukan pengawasan untuk memastikan bahwasannya terdapat keseimbangan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Melalui lembaga-lembaga yang dibentuk sebagai kepanjangan tangan dari negara diharapkan perlindungan terhadap konsumen terselenggara dengan baik sehingga perekonomian semakin berkembang karena adanya hubungan harmonis antara konsumen dengan pelaku usaha. Harapannya Konsumen mendapatkan kenyamanan dengan dilindunginya hak-hak yang dimiliki, pelaku usaha memperoleh kepastian hukum dalam menjalankan usaha di wilayah negara Republik Indonesia sehingga roda perekonomian dapat berputar dan terbentuk stabilitas ekonomi Indonesia.

Penyelenggaraan perlindungan konsumen yang ideal merupakan sinergi antara negara, pelaku usaha dan konsumen itu sendiri. Bentuk sinergi dari ketiga unsur tersebut yakni dengan dilakukannya segala hak dan kewajiban yang telah diatur sehingga tidak ada pihak yang dirugikan serta tidak terdapat celah hukum yang dapat disalahgunakan untuk menciderai hak semua pihak.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perlindungan konsumen telah terselenggara dengan adanya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mana ketentuan dalam undang-undang tersebut mampu menjamin adanya kepastian

hukum bagi konsumen *e-commerce* (Apriyanti, n.d.). Namun terdapat pula penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya kelemahan pengawasan pemerintah karena masih adanya penyalahgunaan undian berhadiah oleh pelaku usaha elektronik sehingga berdampak pada pelanggaran hak konsumen (Marpantau, 2013). Indeks Keberdayaan Konsumen (yang selanjutnya disebut IKK) pada tahun 2019 juga menunjukkan bahwa, konsumen masih dalam taraf mampu (setingkat di atas paham) yang mana masih ada dua tingkatan lagi yakni taraf kritis dan berdaya yang belum dicapai (Marjudin, 2019) Ini berarti masih perlu perjuangan untuk meningkatkan level IKK.

Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa regulasi yang dibuat sudah mampu memberikan perlindungan kepada konsumen namun dalam tataran pelaksanaannya masih ada berbagai macam permasalahan. Dari hasil pengamatan dan penelitian terdahulu menunjukkan gap bahwa masih terdapat ketidaksesuaian terhadap ketentuan yang ada yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen, hal ini juga didukung dengan IKK yang masih dalam taraf mampu (belum taraf kritis dan berdaya). Serta terjadi pula pencideraan hak pelaku usaha yang dilakukan oleh konsumen dan ditambah dengan pengawasan yang kurang maksimal dari unsur pemerintah. Padahal hampir semua sisi hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen sudah diatur dengan berbagai macam regulasi seharusnya penyelenggaraan perlindungan konsumen dapat terselenggara dengan baik. Berangkat dari gap tersebut maka penulis mengangkat tulisan tentang bagaimana potret penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia yang mana penelitian ini bertujuan untuk melihat penyelenggaraan perlindungan konsumen yang diambil dari sisi pemerintah, pelaku usaha serta konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah ialah pendekatan yuridis normatif dimana data didapatkan dari berbagai sumber antara lain dari penelitian terdahulu, dari artikel jurnal, dan literatur pendukung dideskripsikan sehingga didapatkan gambaran penyelenggaraan perlindungan di Indonesia. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Penelitian ini dimulai dengan tahapan observasi, penghimpunan penelitian terdahulu, kemudian dilakukan analisis data dengan asas hukum perlindungan konsumen. Dengan demikian, akan nampak bagaimana penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh ketiga unsur yakni negara, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri.

Selanjutnya diakhiri dengan pengambilan kesimpulan terkait gambaran sinergitas penyelenggaraan perlindungan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Overview Perlindungan Konsumen di Indonesia*

Pada Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut UUPK) menyebutkan pengertian konsumen merupakan pengguna barang dan atau jasa untuk diri sendiri maupun makhluk hidup lain yang tidak diperjualbelikan sehingga tidak ada motif ekonomi di dalamnya. Penyebutan konsumen dapat diartikan sebagai pengguna barang atau jasa. Pengguna barang atau jasa (pengguna produk) dapat dibagi menjadi dua yakni pengguna produk yang mengkonsumsi barang atau jasa untuk digunakan oleh diri sendiri dimana ini disebut sebagai konsumen akhir dan yang berikutnya ialah pengguna produk yang mana produk tersebut kemudian diproses lagi menjadi produk dalam bentuk lain atau produk tersebut dijual kembali dan jenis konsumen ini disebut konsumen akhir.

Sedangkan pengertian pelaku usaha menurut UUPK merupakan orang atau lembaga yang melakukan kegiatan usaha pada sektor ekonomi di Negara Republik Indonesia. Dengan demikian, pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini ialah perusahaan koperasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain (Kartika Sari, 2008).

Tiga unsur penyelenggara perlindungan konsumen yakni pemerintah, pelaku usaha dan konsumen memiliki tugas agar terselenggaranya perlindungan konsumen. Tujuan dari penyelenggara perlindungan konsumen termaktub dalam UUPK yakni memberikan perlindungan kepada konsumen dan pelaku usaha yang diatur oleh regulator yakni negara.

Dengan mengusung asas keadilan, idealnya penyelenggaraan perlindungan konsumen harus mewujudkan keadilan bagi semua komponen tidak hanya konsumen namun juga bagi pelaku usaha dan juga negara. Keidealan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen yang dilaksanakan oleh tiga pilar yakni negara, pelaku usaha dan konsumen itu sendiri akan penulis paparkan.

Dari unsur negara, negara sebagai penyelenggara kesejahteraan masyarakat memiliki kewajiban untuk melindungi warga negaranya dan mewujudkan keadilan sosial sesuai amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dalam rangka menjalankan amanat tersebut, pemerintah membuat berbagai regulasi guna melindungi konsumen dan memberi jaminan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Selain dari UUPK yang berfungsi sebagai *Umbrella Act*, terdapat banyak pengaturan atau regulasi dari pemerintah yang bertujuan untuk melindungi konsumen seperti undang-undang perbankan, undang-undang informasi dan transaksi elektronik, undang-undang asuransi, bahkan hingga peraturan daerah yang mensiratkan penyelenggaraan perlindungan terhadap konsumen.

Dari unsur pelaku usaha, para pelaku usaha memiliki kebebasan untuk beraktifitas pada sektor ekonomi di wilayah NKRI. Akan tetapi, terdapat batasan-batasan aktifitas yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Adanya kewajiban dan hak dari pelaku usaha harus ditaati, hal ini agar tercipta daya saing usaha yang tinggi dan iklim usaha yang kondusif.

Dari unsur konsumen, selain konsumen memiliki hak, konsumen juga dibebani kewajiban yang merupakan intepretasi dari hak pelaku usaha yang harus dijalankan agar terwujud keamanan, keselamatan dan kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Kewajiban konsumen melekat beriringan dengan hak yang dimiliki yang diatur dalam UUPK. Harapannya keidealan ini dapat tercapai sehingga penyelenggaraan perlindungan konsumen mampu terwujud sesuai yang dicitakan.

3.2. *Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen oleh Negara*

Dari hasil pengamatan dan penelitian terkait peran negara yang membuat regulasi, produk hukum atau kebijakan pemerintah yang mana pemerintah menyelenggarakan perlindungan konsumen melalui pembuatan peraturan, pengkajian peraturan, penelitian efektifitas aturan dan lain-lain. Produk hukum yang dibuat oleh pemerintah didapati beberapa peraturan masih ada memiliki celah dan kekosongan hukum sehingga dalam penerapannya terjadi kesulitan. Penulis akan memaparkan hasil yang didapatkan untuk memberikan contoh penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh negara.

- a. Konsumen tidak dapat mengakses informasi atau belum ada keterbukaan informasi dari pemerintah terkait eksistensi atau kredibilitas Pelaku Usaha yang memasarkan produk secara online. Identitas usaha yang seharusnya dapat menjadi salah satu masukan guna mempertimbangkan keputusan konsumen untuk mengonsumsi atau tidak justru tidak dapat diakses padahal informasi tersebut dapat menghindarkan

- konsumen dari penipuan atau kecurangan dari pelaku usaha yang tidak diketahui domisili usahanya (Fibrianti, 2017).
- b. Belum ada pengawasan yang tegas dari lembaga yang diberikan kewenangan mengawasi produk yang beredar di masyarakat. Sebagai contoh pengawasan standar gula garam dan lemak pada produk pangan olahan, yang mana pengawasan tersebut masih saling lempar antara Dinas Kesehatan dengan BPOM (Husna, 2020).
 - c. Lembaga yang menyelenggarakan perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (yang selanjutnya disebut BPSK) memiliki kinerjanya kurang mengena di masyarakat. BPSK hanya melakukan perlindungan konsumen secara represif yakni penyelesaian konsumen sedangkan dalam Pasal 52 UUPK disebutkan salah satu tugas dan wewenangnya ialah melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausul baku. Menurut Shidarta, dijelaskan bahwa perjanjian baku yang ada sulit untuk diawasi BPSK karena adanya pembatasan wilayah kewenangan BPSK. Lembaga BPSK yang berada di daerah tidak dapat mengawasi perjanjian baku dari kantor cabang karena perjanjian baku tersebut dibuat dan dibakukan oleh kantor pusat. Hal ini sangat menyulitkan kinerja atau tugas BPSK sehingga pengawasan perjanjian baku tidak terlaksana maksimal (Shidarta, n.d.).
 - d. Pemilahan dan pemungutan sampah yang dilakukan oleh pemulung di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) belum diawasi secara ketat oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan, yang mana hal ini berpotensi memunculkan pelanggaran hak konsumen karena kemasan produk yang telah dibuang di TPA dapat dijual dan diisi ulang oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab (Fibrianti, 2012).
 - e. Terdapat kekosongan hukum dalam pengaturan pariwisata yang dilarang untuk ditayangkan sehingga menyebabkan adanya hak konsumen yang tercederai (Fara, 2014).

3.3. Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen oleh Pelaku Usaha

Dari Hasil penelitian terkait perilaku pelaku usaha, meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta peraturan perundang-undangan lainnya telah mengatur dan memberikan batasan dalam melakukan aktifitas bisnis, tapi masih saja dijumpai pelaku usaha yang melakukan pelanggaran hak konsumen. Pelanggaran tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha besar namun juga pelaku usaha kecil (Damiati, 2019).

Dari sisi pelaku usaha terdapat pengaturan dalam menjalankan usaha dengan beban kewajiban yang harus ditunaikan. Kewajiban bagi pelaku usaha untuk penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak dibedakan baik pelaku usaha besar, menengah, kecil, maupun mikro. Hal ini nampak dalam pengaturan UUPK tidak diatur pengkategorian tersebut. Semua pelaku usaha memiliki kewajiban yang sama. Pengaturan ini tidak memandang seberapa besar modal yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut, yang pasti pelaku usaha harus memenuhi kewajiban yang telah diatur dalam UUPK. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan pelaku usaha, seperti pencabutan ijin usaha.

Dalam rangka menciptakan iklim usaha yang kondusif perlu adanya pengaturan persaingan antarpelaku usaha. Dengan demikian Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat perlu ditegakkan. Hal ini agar memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa agar mendapatkan harga terbaik. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran menjadi celah untuk mendapatkan profit yang maksimal.

Dengan demikian, dapat dilihat terdapat pelaku usaha yang menjalankan usaha sesuai ketentuan dan ada juga yang tidak sesuai ketentuan. Dari pihak konsumen sendiri, ada yang memiliki perhatian lebih dalam penyelenggaraan perlindungan terhadap dirinya dan ada pula konsumen yang sama sekali tidak peduli terhadap penyelenggaraan perlindungan terhadap dirinya. Beberapa perilaku pelaku usaha yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara aturan dengan praktik dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha melakukan kegiatan pengemasan ulang (*share in jar*) dari produk kosmetik yang telah tersertifikasi milik produsen lain ke dalam kemasan yang lebih ekonomis, tanpa ijin dari lembaga pensertifikasian. Cara seperti ini dilakukan karena dianggap pengemasan yang lebih mudah dan cepat terjual. Produk ini beredar luas di masyarakat dan diminati oleh konsumen (Sari, 2020).
- b. Label produk yang tidak memenuhi ketentuan yang berlaku. Sebagai contoh, produk beras dalam kemasan yang tidak mencantumkan label berat bersih dan lainnya. Ketentuan label produk berat bersih ini telah diatur dalam Permendag Nomor 8 Tahun 2019, namun pelaku usaha memiliki keterbatasan pemahaman dan kesadaran sehingga pengaturan tersebut tidak terlaksana (Yasinta, 2020).

Penegakan perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran hukum dan merugikan masyarakat hampir selalu tidak tersentuh oleh hukum (Mansyur, 2007). Penegakan hukum perlindungan konsumen terhadap korporasi yang melakukan kesalahan/kejahatan akan terlaksana bila ada dukungan dari semua pihak yakni pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat selaku konsumen. Tanpa mengedepankan aspek penegakkan, sangat mustahil perlindungan konsumen dari kejahatan korporasi dapat dirasakan oleh konsumen (Mansyur, 2007).

3.4. Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen oleh Konsumen

Jumlah penduduk yang semakin meningkat memberikan dorongan pada peningkatan konsumsi. Kebutuhan konsumsi masyarakat berpenduduk banyak, membutuhkan pelayanan yang bervariasi. Konsumsi yang bervariasi memudahkan produsen dalam memenuhi salah satu jenis konsumsi yang dibutuhkan masyarakat. Anggota masyarakat pedesaan maupun perkotaan mempunyai kekhususan produksi yang dibutuhkan untuk konsumsi dirinya dan konsumen. Masyarakat yang memiliki pengetahuan ilmu konsumsi diharapkan mampu memproduksi barang atau jasa untuk di konsumsi sendiri maupun konsumen (Mulyono, 2010).

Dari sisi konsumen, terdapat berbagai macam keterbatasan yang dimiliki oleh konsumen. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maupun penelitian lain, ada beberapa catatan mengenai penyelenggaraan perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh konsumen itu sendiri, antara lain sebagai berikut:

- a. Konsumen memiliki keterbatasan pemahaman hak yang dimilikinya. Dapat dicontohkan pada perilaku konsumen yang tidak melakukan service berkala terhadap kendaraan bermotor yang dimiliki karena lupa tanggal servis ataupun karena alasan malas untuk mendatangi dealer yang jaraknya jauh. Bahkan terdapat konsumen yang kemudian melakukan service mandiri tidak di dealer resmi. Hal ini berdampak pada hilangnya jaminan garansi yang diberikan oleh pelaku usaha. Hal ini karena syarat untuk mendapatkan garansi kendaraan bermotor, konsumen harus memenuhi ketentuan dari pelaku usaha, salah satunya melakukan service rutin kendaraan bermotor yang dimilikinya (Fibrianti, 2020). Ulasan ini berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Wangon Banyumas pada tahun 2019.
- b. Konsumen acuh tak acuh terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen. Salah satu contohnya yaitu konsumen tidak menegur pelaku usaha yang berbuat curang di

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) terkait uang kembalian dari transaksi. Hal ini berpotensi melakukan kecurangan terhadap konsumen yang lain (Adiyanto, 2015).

- c. Konsumen tidak dapat membedakan antara produk yang sudah tersertifikasi dan yang belum tersertifikasi atau produk yang sudah sesuai dengan regulasi dan yang belum sesuai sertifikasi. Seperti contoh, perjanjian baku dikatakan sudah memenuhi asas proposionalitas atau belum, maka sulit untuk dideteksi karena tidak terdapat lembaga yang melakukan sertifikasi atau mengontrol sebelum produk tersebut dikeluarkan. Tidak adanya logo atau tanda sertifikasi pada lembar perjanjian atau form yang akan ditandatangani, maka menjadikan nasabah yang awam semakin tidak paham dengan akibat hukum yang muncul di kemudian hari. Sehingga, apabila dilihat dari aspek ekonomi, posisi tawar dari nasabah berada pada posisi yang lebih rendah daripada pelaku usaha (Fibrianti, 2011).

Dari uraian tersebut di atas, nampak bahwa perilaku konsumen yang acuh tak acuh terkesan tidak mempedulikan hak yang dimiliki. Ada sikap abai pada saat konsumen mengonsumsi barang dan atau jasa. Sikap abai ini nampak dalam perilaku konsumen yang kemudian memberikan peluang atau celah bagi pelaku usaha untuk melakukan kecurangan terhadap konsumen. Konsumen seharusnya memahami, bahwa risiko selalu menyertai konsumen. Dengan demikian maka kehati-hatian dan kecermatan harus melekat pada setiap diri konsumen (Damiati, 2019).

3.5. Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Penyelenggaraan perlindungan konsumen merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan terus-menerus dalam rangka penciptaan kondisi yang kondusif, sehingga mampu memberi sumbangsih dalam pembangunan nasional. Aktifitas ini dilakukan dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat, baik masyarakat sebagai konsumen maupun pelaku usaha. Negara perlu hadir agar menjadi penengah, pembuat regulasi, dan mengatur hubungan kedua belah pihak.

Pemerintah selaku regulator dan pengawas pelaksanaan perlindungan konsumen, perlu membuat aturan sehingga tidak ada celah memihak salah satu pihak saja. Celah hukum dan pengawasan yang tidak maksimal, juga menjadikan pelaku usaha sering kali melakukan pelanggaran guna memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Pelaku usaha memiliki celah untuk melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen karena konsumen belum memiliki keberdayaan untuk memperjuangkan haknya. Ketidakberdayaan konsumen tersebut dipengaruhi karena faktor pendidikan, finansial, dan ketidakpedulian untuk melindungi haknya. Sesuai dengan asas perlindungan konsumen yang tercantum dalam UUPK, terdapat lima asas perlindungan konsumen yakni:

- a. Asas manfaat
- b. Asas keadilan
- c. Asas keseimbangan
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
- e. Asas kepastian hukum

Perwujudan dari kelima asas tersebut dapat dijadikan jalan untuk mendukung tujuan pembangunan nasional Indonesia. Salah satu yang peneliti ulas yakni asas keadilan. Asas ini menjelaskan bahwa diperlukan partisipasi dari seluruh komponen masyarakat dan unsur pelaku usaha maupun konsumen itu sendiri. Hal ini agar tercipta keadilan bagi pelaku usaha dan konsumen, dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Dalam hal ini kontribusi dari berbagai pihak sangatlah dibutuhkan. Tanpa adanya regulasi dan kontrol dari negara, tanpa adanya kejujuran dalam berbisnis dari pelaku usaha, dan tanpa adanya kesadaran akan hak dan kewajiban dari konsumen maka mustahil tercipta perlindungan konsumen. Dengan demikian akan berdampak pada terhambatnya pembangunan nasional, terutama pada bidang ekonomi.

4. KESIMPULAN

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia masih ditemukan kelemahan dari berbagai unsur yakni pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri. Nampak gambaran kurangnya sinergitas dari ketiga unsur penyelenggara perlindungan konsumen, sehingga penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia tidak berjalan sebagaimana mestinya. Penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia masih diwarnai dengan berbagai macam permasalahan. Hal ini berujung pada tidak terselenggaranya perlindungan terhadap konsumen. Keadaan tersebut dikarenakan ketiga unsur yakni negara, pelaku usaha, dan konsumen yang belum bersinergi secara baik. Ketiga unsur tersebut seharusnya bersama-sama memberikan kontribusi, berpartisipasi dalam

menyelenggarakan perlindungan konsumen sesuai amanah dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun, pada kenyataannya ketiga unsur tersebut juga sama-sama memberikan andil, yang menyebabkan perlindungan konsumen belum terselenggara dengan baik. Keadaan ini dibuktikan dengan masih maraknya pelanggaran hak konsumen. Hal ini bukan semata-mata kesalahan dari pelaku usaha namun juga dari negara dan konsumen itu sendiri.

REFERENSI

- Adiyanto, R. (2015). *Perlindungan hak konsumen atas Uang Kembali Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (studi pada SPBU kota semarang)*. Universitas Negeri Semarang.
- Apriyanti. (n.d.). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Ditinjau dari Hukum Perikatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Damiati. (2019). *Perilaku Konsumen*. Rajawali Press.
- Fara, H. A. (2014). *Perlindungan Konsumen terhadap Pariwisata yang dilarang untuk ditayangkan*. Universitas Negeri Semarang.
- Fibrianti, N. (2011). *Undue Influence dalam Akad Perjanjian Kredit di BPR Kajian Psikologi dan Ekonomi*. Universitas Negeri Semarang.
- Fibrianti, N. (2012). Implementation of Law number 18 year 2008 to the final destination of rubbish (the study to the final destination of rubbish or TPA Jatibarang, Semarang). *Proceeding Simposium Internasional Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang*.
- Fibrianti, N. (2017). Consumer Protection in Electronic Transactions. *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(4), 67–69.
- Fibrianti, N. (2020). Penguatan Pemahaman Hak Konsumen tentang Layanan Purna Jual Kendaraan Bermotor bagi siswa SMK dalam Rangka Penyelenggaraan perlindungan Konsumen. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 2(2).
- Husna, S. I. (2020). *Implementasi Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 63 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 tahun 2013 terhadap Pencantuman Informasi Gula Garam dan Lemak Total pada Label Pangan Olahan*. Universitas Negeri Semarang.
- Kartika Sari, E. (2008). *Hukum dalam Ekonomi*. Grasindo.
- Mansyur, A. (2007). *Penegakan hukum perlindungan konsumen terhadap korporasi yang melakukan kesalahan/kejahatan akan terlaksana bila ada dukungan dari semua pihak yakni pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat selaku konsumen. Tanpa mengedepankan aspek penegakan sangat m*. Genta Press.
- Marjudin. (2019). *Kemendag Klaim Index Keberdayaan Konsumen Meningkatkan*.
- Marpantau, F. (2013). *Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan sUndian Berhadiah oleh Pelaku Usaha Elektronik pada Pusat Perbelanjaan*. [Universitas Hasanudin Makasar]. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Mulyono. (2010). *Konsep Pembiayaan Pendidikan*. Ar-Ruzz Media.
- Sari, I. P. (2020). *Perlindungan Konsumen terhadap Produk Kosmetika Share in Jar yang tidak memiliki ijin Edar*. Universitas Negeri Semarang.
- Shidarta. (n.d.). *MAMPUKAH BPSK MENGAWASI PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU*.
- Yasinta, M. (2020). *Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 08 Tahun 2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label Kemasan beras dalam Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*. Universitas Negeri Semarang.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
