

KONSUMEN INDONESIA: DILINDUNGI DAN MELINDUNGI

Nurul Fibrianti

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang
Gedung K Kampus Sekaran Gunungpati Kota Semarang
nurulfibrianti@gmail.com

Abstract

Consumers have rights that are protected but in fact consumers have a tendency to not care about their rights so that problems arise about how the role of consumers in the implementation of consumer protection arises. In principle, the role of consumers is needed because the community as consumers is one of the factors in law enforcement. In order to implement consumer protection, consumers are required to have a dual role as consumers who are protected and consumers who protect. As protected consumers, consumers become objects of protection for the implementation of laws and regulations. The next role is as a consumer who protects, where consumers have a responsibility in implementing consumer protection because regulations can run effectively if there is a role from the community in the operation of the law.

Keywords: *Consumer Law; Consumer-Friendly Product; Product Protection.*

Abstrak

Konsumen memiliki hak yang dilindungi namun faktanya konsumen memiliki kecenderungan tidak peduli terhadap haknya sehingga muncul permasalahan bagaimana peran konsumen dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pada prinsipnya peran konsumen sangat dibutuhkan karena masyarakat selaku konsumen menjadi salah satu faktor penegakan hukum. Guna terselenggara perlindungan konsumen maka konsumen dituntut untuk memiliki peran ganda sebagai konsumen yang dilindungi dan konsumen yang melindungi. Sebagai konsumen yang dilindungi, konsumen menjadi objek perlindungan untuk pengimplementasian peraturan perundang-undangan. Peran yang berikutnya adalah sebagai konsumen yang melindungi, dimana konsumen memiliki tanggung jawab dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen karena peraturan dapat berjalan efektif apabila terdapat peran dari masyarakat dalam bekerjanya hukum.

Kata Kunci: *Hukum Konsumen; Produk Ramah Pelanggan; Perlindungan Produk.*

A. Pendahuluan

Konsumen merupakan pihak yang sering berada pada posisi di bawah dari pelaku usaha. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen acapkali menderita kerugian atas tindakan yang dilakukan pelaku usaha. Pelanggaran terhadap hak konsumen semata-mata karena tujuan untuk mendapat keuntungan.¹ Meskipun demikian, konsumen tetap saja memilih untuk diam tidak melakukan upaya untuk memperjuangkan haknya. Padahal secara filosofis hak

¹ Firman Tumantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen: Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan* (Malang: Setara Press, 2016).

konsumen dilindungi. Pendekatan filosofis digunakan untuk membantu hukum perlindungan konsumen untuk lebih memahami bagaimana konsep ideal perumusan hak konsumen bagi Bangsa Indonesia.² Hak-hak konsumen telah diakui dan diterima secara universal sebagai hak yang harus dilindungi dan dihormati.³ Berbagai alasan untuk tidak memperjuangkan haknya muncul mewarnai penyelenggaraan perlindungan konsumen. Telah ada berbagai peraturan perundang-undangan yang memberikan perlindungan terhadap konsumen, namun tetap saja perlindungan konsumen belum terselenggara dengan baik.

Perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan melalui keberpihakan pada konsumen karena dilatarbelakangi adanya posisi yang tidak seimbang antara konsumen dengan pelaku usaha.⁴ Konsep dimana konsumen berperan sebagai pihak yang dilindungi dengan berbagai peraturan perundang-undangan baik secara tersurat maupun tersirat menjadikan konsumen merupakan pihak yang mendapat tempat khusus (spesial) dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Namun di sisi lain konsep dimana konsumen berperan sebagai pihak yang melindungi juga merupakan wujud bahwa konsumen merupakan salah satu unsur penyelenggara perlindungan konsumen.

Kedua peran tersebut harusnya berjalan beriringan sehingga mampu menciptakan perlindungan konsumen yang berasal dari konsumen dan untuk konsumen. Sudah saatnya konsumen bersatu dan berperan lebih aktif dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen karena konsumen merupakan ujung tombak pembuat keputusan untuk mengkonsumsi atau tidak produk barang dan/atau jasa. Konsumen juga harus berperan di saat pihak lain yakni pelaku usaha dan pemerintah memiliki keterbatasan dalam menyelenggarakan perlindungan terhadap konsumen.

Selama ini kerap kali tulisan artikel membahas konsumen sebagai pihak yang mutlak harus dilindungi dari tindakan pelaku usaha dengan mengusung konsep bahwa konsumen merupakan pihak yang lemah sehingga penegakan perlindungan konsumen harus melibatkan pemerintah.⁵ Pemerintah harus membuat aturan yang memiliki sinergitas sehingga mampu melindungi

² Shidarta Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004).

³ David M.L Tobing, *Klausula Baku: Paradoks Dalam Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019).

⁴ Nurul Fibrianti, "Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergitas Negara, Pelaku Usaha, Dan Konsumen," *Borobudur Law Review* 2, no. 2 (2020): 91, <http://journal.unimma.ac.id/index.php/burrev/article/view/3971>.

⁵ Kadi Sukarna, "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Dan Pelaku Usaha," *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)* 6, no. 1 (2016): 1, <https://doi.org/10.26623/humani.v6i1.851>.

konsumen,⁶ Sedangkan pembahasan terkait konsep bahwa konsumen merupakan pihak yang juga harus turut serta menyelenggarakan perlindungan konsumen, dimana konsumen harus mampu melindungi diri sendiri maupun konsumen lain secara keseluruhan, belum pernah dijumpai. Sehingga penting kiranya menuangkan sumbangsih pemikiran melalui artikel konseptual ini yang mana tulisan ini dimaksudkan untuk melakukan analisis dan membuat konsep peran konsumen. Faktanya konsumen seringkali abai terhadap hak dan kewajibannya padahal konsumen merupakan salah satu pilar penyelenggara perlindungan konsumen selain pemerintah dan pelaku usaha. Konsumen seharusnya berperan sebagai sosial kontrol sehingga perlindungan terhadap konsumen dapat terselenggara dengan baik.

B. Pembahasan

1. Perilaku konsumen

Konsumen merupakan pihak yang memiliki posisi tawarnya lebih rendah daripada pelaku usaha. Kondisi ini tercipta karena konsumen seolah-olah merupakan pihak yang sangat membutuhkan produk dari pelaku usaha. Padahal sejatinya kedudukan kedua belah pihak tersebut adalah sama. Hukum ekonomi mengajarkan bahwasannya permintaan akan mempengaruhi pasar. Dengan demikian apabila konsumen tidak memiliki permintaan terhadap produk pelaku usaha maka pelaku usaha tidak memiliki daya upaya untuk menjadi pihak yang berposisi tawar lebih tinggi.

Kondisi dengan stigma yang memperkuat bahwa konsumen merupakan pihak yang memiliki *bargaining position* lebih rendah dibanding pelaku usaha juga tergambar dari kekuatan pelaku usaha untuk melakukan persaingan usaha tidak sehat seperti monopoli pasar hingga kartel sehingga konsumen harus mengikuti kehendak pelaku usaha padahal terdapat larangan untuk memonopoli kebutuhan masyarakat.⁷ Monopoli berdampak pada praktik persaingan tidak sehat (*unfair competition*) yang menimbulkan kerugian materiel dan immateriel bagi konsumen.⁸ Pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran dapat dikenakan sanksi sebagaimana yang

⁶ Arfian Setiantoro et al., "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean," *Jurnal Rechtsvinding* 7, no. 1 (2018): 1, <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.220>.

⁷ Dadi Permana Putra, "Isu-Isu Kontemporer Hukum Bisnis Syariah (Monopoli Dalam Bisnis Syariah)," *Tahkim* XIV, no. 2 (2018): 256.

⁸ Amalia Rani and Anak Agung Ngurah Wirasila, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Persaingan Curang," *Kertha Semaya* 4, no. 1 (2015): 2.

diatur dalam undang-undang tentang anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁹ Perlindungan konsumen harus mendapatkan perhatian lebih karena berkembangnya investasi¹⁰ serta maraknya perdagangan tanpa adanya tatap muka yang semakin mempertinggi peluang pelanggaran hak konsumen. Perdagangan berbasis online berdampak perubahan besar tidak hanya dari aspek perdagangannya tapi juga aspek interaksi antara konsumen dengan pelaku usaha.¹¹

Perilaku konsumen dalam aktivitas pengonsumsi produk barang dan/atau jasa menjadi perhatian tersendiri karena konsumen memiliki kecenderungan acuh tak acuh untuk melindungi dan memperjuangkan haknya. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum tahu apa pentingnya hukum perlindungan konsumen.¹² Terutama di wilayah pedesaan, masyarakat desa tidak memiliki pemahaman yang baik tentang apa yang dikehendaki oleh hukum.¹³ Sehingga hukum tidak dapat mewujudkan apa yang seharusnya terwujud yakni berupa tujuan adanya kepastian, keadilan, dan kemanfaatan. Negara melalui pemegang otoritas harus memberikan pendidikan dan perlindungan bagi konsumen.¹⁴

Negara memberikan perlindungan bagi konsumen melalui hukum yang telah dibuat guna memberikan melindungi serta menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini sudah cukup representatif untuk melindungi konsumen asalkan undang-undang telah dipahami oleh pelaku usaha dan konsumen.¹⁵ Namun faktanya sebagian konsumen enggan menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha karena memiliki pandangan bahwa segala sesuatu yang terjadi merupakan takdir yang harus diterima dengan ikhlas. Konsumen juga menganggap prosedur hukum yang tersedia justru menambah permasalahan tersendiri. Penggunaan jasa bantuan hukum dirasa justru membebani karena ganti kerugian tidak akan diterima sesuai yang diharapkan dimana hal ini disebabkan pembayaran jasa advokat sangat tinggi, tidak sebanding dengan kerugian yang diderita. Terdapat pula kasus penyelesaian

⁹ Aisyah Dinda Karina, "Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional," *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum* 3, no. 2 (2019): 55–67.

¹⁰ Niru Anita Sinaga and Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 5, no. 2 (2015): 73, <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>.

¹¹ Cindy Aulia Khotimah and Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (e-Commerce)," *Business Law Review* 1 (2016): 14.

¹² Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati Melawati, and Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12, <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.

¹³ Fithriatus Shalihah, *Sosiologi Hukum* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017).

¹⁴ Damiani Damiani et al., *Perilaku Konsumen* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017).

¹⁵ Alfina Maharani and Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 2, no. 6 (2021): 659–66, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.

sengketa konsumen¹⁶ yang berakhir putusan pengadilan dengan memenangkan gugatan dari konsumen namun kemenangan tersebut hanyalah kemenangan di atas kertas karena pihak tergugat yakni pelaku usaha tidak memiliki objek kebendaan yang dapat dieksekusi untuk mengganti kerugian penggugat yakni konsumen.¹⁷ Menurut Paul dan Dias,¹⁸ hukum dikatakan efektif, salah satu syaratnya, jika terdapat mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak hanya mudah dijangkau dan dimasuki oleh setiap warga masyarakat tapi juga cukup efektif dalam menyelesaikan sengketa.

Dengan melihat fakta yang ada, penyelesaian sengketa konsumen dapat dikatakan belum efektif karena masih ada problematika di dalamnya. Konsumen merasa tidak mudah menjangkau karena faktor keawaman hukum dari masyarakat sehingga menggunakan jasa advokat yang mana biaya yang harus dikeluarkan tidak sebanding dengan kerugian yang diderita ditambah lagi gugatan konsumen melalui gugatan perdata tidak menjamin akan diperolehnya ganti kerugian.

Daniel S. Lev menggunakan konsep tentang budaya hukum untuk menganalisa perubahan sistem hukum Indonesia dimana persoalan pengaturan tertib masyarakat dan penyelesaian sengketa dimasukan dalam kategori budaya hukum dalam nilai hukum prosedural.¹⁹ Adanya keengganan dalam menyelesaikan sengketa konsumen melalui jalur yang ada menjadikan hal ini masuk dalam kategori budaya hukum dalam nilai hukum prosedural. Inilah yang kemudian menciptakan adanya jurang pemisah antara penegakan hukum dengan perilaku konsumen (yang dinamakan budaya hukum).

Budaya hukum adalah segala bentuk perilaku budaya manusia yang mempengaruhi atau yang berkaitan dengan masalah hukum.²⁰ Budaya hukum akan mempengaruhi penegakan hukum karena hukum tidak hidup dalam ruang hampa. Hukum akan bergerak bersinggungan dengan nilai ide dan cita yang ada pada masyarakat. Perilaku konsumen harus dilihat sebagai bahan materi yang digunakan untuk mencapai tujuan perlindungan konsumen dengan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UUPK). Penegakan hukum perlindungan konsumen harus mampu menyelami samudra luas nilai, ide, cita yang dipegang konsumen

¹⁶ Julias Bahariq R, "Relevansi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dengan Hukum Acara Perdata Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen (Studi Kasus No Register Perkara: 732 K/PDT/2007)" (Universitas Negeri Semarang, 2014).

¹⁷ Nurul Fibrianti, "Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi," *Adhaper: Jurnal Hukum Acara Perdata* 1, no. 1 (2015): 111-26, <https://jhaper.org/index.php/JHAPER/article/view/6>.

¹⁸ Derita Prapti Rahayu, *Budaya Hukum Pancasila* (Yogyakarta: Thafa Media, 2014).

¹⁹ A.A.G. Peters and Koesriani Siswosoebroto, eds., *Hukum Dan Perkembangan Sosial: Buku Teks Sosiologi Hukum Buku II* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1988).

²⁰ Rahayu, *Budaya Hukum Pancasila*.

sebagai budaya hukum tanpa bermaksud menghilangkan budaya hukum tersebut. UUPK yang dirancang dengan tujuan untuk memberikan perlindungan serta keadilan bagi konsumen harus dapat diimplementasikan seia sekata seiring sejalan dengan budaya hukum konsumen. Oleh karena itu diperlukan formulasi dalam penegakan hukum perlindungan konsumen.

2. Peran Konsumen dalam Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

Penyelenggaraan perlindungan konsumen harus mengacu pada tujuan perlindungan konsumen yang telah diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu: Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa; Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam usaha; Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai tersebut, penyelenggaraan perlindungan konsumen memerlukan daya upaya dari semua pihak baik dari Pemerintah selaku regulator dan pengawas, pelaku usaha selaku pihak yang memproduksi barang dan/atau jasa dan konsumen itu sendiri selaku pihak yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Upaya dari pemerintah nampak dari perlindungan hukum bagi konsumen yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang mengaturnya.²¹

Konsumen dalam kacamata UUP merupakan ‘lembaga’ paling utama.²² Peran konsumen menjadi peran yang sangat penting karena konsumen merupakan pengambil keputusan terakhir untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi produk barang dan/atau jasa. Keputusan konsumen akan mempengaruhi bahwa dirinya, keluarga dan makhluk hidup lainnya akan terhindar dari pelanggaran pelaku usaha yang berujung pada kerugian pihak konsumen. Aturan

²¹ Himawan Bayu Aji, “Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” *Jurnal Hukum Progresif* 10, no. 1 (2022): 23.

²² Shidarta Shidarta, “Pemetaan Kelembagaan Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Hukum Projustisia* 24, no. 1 (2006): 64.

yang telah dibuat yakni UUPK sudah semestinya dapat ditegakkan dalam rangka melindungi konsumen namun agar hukum dapat ditegakkan pastinya akan dipengaruhi banyak faktor. Menurut Soerjono Soekanto, faktor yang mempengaruhi penegakan hukum yakni:²³ Faktor hukumnya sendiri; Faktor penegak hukum; Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum; Faktor masyarakat; dan, Faktor kebudayaan.

Faktor hukum mempengaruhi penegakan karena hukum yang diartikan sebagai Undang-Undang atau aturan akan menjadi penentu, bila aturan tersebut mengandung nilai kepastian, keadilan dan kemanfaatan maka akan mudah ditegakkan karena nilai tersebut merupakan nilai yang dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan faktor masyarakat yang turut serta mempengaruhi penegakan hukum dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan. Masyarakat menjadi objek sekaligus subjek dalam perspektif berlakunya hukum. Masyarakat menjadi objek karena masyarakat menjadi sasaran dalam pemberlakuan hukum dengan kata lain masyarakat yang akan diatur oleh hukum, namun di sisi lain masyarakat juga menjadi subjek karena penentu dapat berlaku atau tidaknya hukum akan dipengaruhi oleh masyarakat. Masyarakat akan menggunakan hukum yang sesuai dengan nilai, ide, cita yang ada pada masyarakat.

Oleh karena itu, agar hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan maka ada dua langkah yang harus ditempuh. Pertama, keawaman, ketidaksadaran masyarakat terhadap maksud dari hukum perlindungan konsumen yakni untuk melindungi konsumen harus mulai diperbaiki dengan melakukan penyadaran melalui edukasi. Kesadaran konsumen masih rendah sehingga terjadi ketidakseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha.²⁴ Masyarakat harus memiliki kesadaran bahwa nilai yang dipegang oleh masyarakat Indonesia ialah nilai kebersamaan dan tolong menolong sehingga dalam hal ini perlindungan konsumen bukanlah hanya semata untuk melindungi diri sendiri namun juga untuk menolong melindungi konsumen lainnya. Hal tersebut merupakan budaya hukum yang harus dipegang oleh masyarakat. Berbicara masalah budaya hukum sama dengan berbicara tentang kesadaran hukum secara umum.²⁵

Masyarakat harus menjadi konsumen cerdas yang mampu merealisasikan tujuan hukum perlindungan konsumen yakni untuk melindungi diri, memberdayakan diri sehingga mampu melaksanakan kewajiban yang melekat bersama dengan hak yang telah diatur dalam peraturan

²³ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017).

²⁴ Rai Mantili, "Upaya Hukum Keberatan Atas Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Berdasarkan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Acara Perdata," *Vyavahara Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Hukum* 14, no. 2 (2019): 1, <https://doi.org/10.25078/vd.v14i2.1238>.

²⁵ Mohamad Syarhan, "Socio-Cultural and Legal Changes in Indonesia," *Jurnal Hukum Progresif* 9, no. 2 (2021): 135-45, <https://doi.org/10.14710/jhp.9.2.135-145>.

perundang-undangan baik secara tersurat yakni UUPK maupun tersirat dan tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undang yang berlaku. Sehingga dalam hal ini akan melekat bahwasannya konsumen adalah pihak yang menjadi objek sekaligus menjadi subjek dalam perlindungan konsumen yang harus berperan serta aktif dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Konsumen harus diberdayakan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pemberdayaan masyarakat diartikan sebagai kemampuan individu yang bersenyawa dengan masyarakat dalam membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan sehingga bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat.²⁶ Prinsip yang sering digunakan untuk suksesnya program pemberdayaan, yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan atau kemandirian, dan berkelanjutan.²⁷

Peran serta aktif konsumen ialah dengan melakukan upaya pencegahan pelanggaran pelaku usaha baik sebelum maupun sesudah pengonsumsian barang dan/atau jasa. Sebelum pengonsumsian produk konsumen harus berhati-hati memperhatikan kewajiban yang dibebankan pada konsumen sesuai dengan pengaturan UUPK seperti membaca petunjuk penggunaan serta ketentuan yang tertera pada kemasan atau yang dibuat pelaku usaha. Setelah pengonsumsian produk, jika terjadi kerugian yang menimpa konsumen, maka konsumen memiliki peran untuk melakukan upaya hukum yang telah disediakan minimal dengan melakukan pelaporan atas kecurangan atau pelanggaran pelaku usaha.

Kedua, kesemua peran konsumen ini harus diberikan ruang dan fasilitas yang memudahkan konsumen untuk melaksanakannya karena tidak semua konsumen memiliki kemauan, kecerdasan serta kepedulian penyelenggaraan perlindungan konsumen. Penyediaan ruang dan fasilitas ini merupakan kewajiban negara sebagai negara kesejahteraan yang memiliki semangat serta tujuan melindungi konsumen.

Upaya negara untuk mengajak konsumen berperan dalam perlindungan konsumen tidak dapat hanya dengan melakukan sosialisasi berupa ajakan untuk menjadi konsumen cerdas dan sadar hukum. Upaya negara harus dibarengi dengan pemberian kemudahan akses bagi konsumen untuk minimal melaporkan kejadian yang dialami terkait pelanggaran pelaku usaha terhadap haknya, meskipun konsumen tidak menghendaki adanya ganti kerugian dari pelaku usaha, melalui mekanisme yang mudah dijangkau oleh konsumen dalam level apapun. Bentuk

²⁶ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)* (Bandung: Alfabeta, 2014).

²⁷ Sri Najiyati, Agus Asmana, and I Nyoman N. Suryadiputra, *Pemberdayaan Masyarakat Di Lahan Gambut* (Bogor: Wetlands International, 2005).

pelaporan konsumen ini harus didesain dengan bentuk yang mudah diakses serta dijangkau oleh konsumen semudah mungkin seperti kemudahan konsumen mengakses aplikasi *marketplace* dalam pembelian produk secara *online* ataupun semudah konsumen menggunakan layanan *whatsapp*.

Dalam hal terjadinya pelaporan oleh konsumen, pelaku usaha juga diberikan hak jawab atas laporan tersebut agar berimbang serta memberikan keadilan bagi kedua belah pihak meskipun bentuk pelaporan ini bersifat tertutup sehingga tidak akan mencemarkan nama baik pelaku usaha jika laporan tersebut tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

Pemerintah melalui lembaga yang ditunjuk (semisal BPKN) akan mempelajari laporan dan hak jawab dari kedua belah pihak sehingga dapat mengambil langkah agar tidak terjadi kejadian serupa pada konsumen-konsumen lainnya. Model pelaporan kasus pelanggaran hak konsumen ini harus diedukasikan kepada masyarakat secara menyeluruh dan masif yang dalam pelaksanaannya dapat dibantu oleh organisasi atau komunitas yang peduli terhadap perlindungan konsumen (LPKSM). Tujuan dari adanya model pelaporan pelanggaran hak konsumen yakni agar terbentuk kemampuan perlindungan diri konsumen baik untuk diri sendiri maupun bagi konsumen lainnya secara keseluruhan yang pada hakikatnya merupakan bagian dari perannya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Konsumen harus memiliki kemampuan untuk melindungi yang berawal dari diri sendiri sehingga nantinya akan terbentuk "*herd immunity* (kekebalan kelompok)" atau kemampuan kelompok untuk melindungi anggota dari kelompok tersebut yang. Dengan adanya kekebalan kelompok maka secara otomatis konsumen akan dilindungi oleh mereka sendiri.

Menurut penulis, model perlindungan seperti ini tidak memerlukan perangkat/lembaga lain untuk terciptanya perlindungan terhadap konsumen hanya diperlukan pemahaman bahwa budaya hukum konsumen akan mempengaruhi penegakan hukum. Sebaik apapun desain aturan perundang-undangan, tidak akan efektif bila tidak selaras dengan budaya hukum masyarakat.

C. Simpulan

Peran konsumen sangat dibutuhkan karena konsumen merupakan salah satu dari tiga pilar penyelenggara perlindungan konsumen di samping pemerintah dan pelaku usaha. Konsumen harus mampu berperan ganda sebagai pihak yang dilindungi dan pihak yang melindungi. Tanpa ada peran dari konsumen itu sendiri sangat mustahil perlindungan konsumen dapat terselenggara dengan baik.

Peraturan yang ada masih dapat dilanggar oleh pelaku usaha, Pemerintah selaku regulator dan pengawas memiliki berbagai keterbatasan dengan banyaknya jumlah pelaku usaha dan jenis produk yang ditawarkan. Sehingga dalam hal ini peran ganda konsumen menjadi salah satu harapan terselenggaranya perlindungan konsumen tidak hanya bagi individu namun perlindungan terhadap konsumen secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Himawan Bayu. "Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Hukum Progresif* 10, no. 1 (2022): 12–24.
- Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati Melawati, and Panji Adam. "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli." *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.
- Bahariq R, Julias. "Relevansi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dengan Hukum Acara Perdata Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen (Studi Kasus No Register Perkara: 732 K/PDT/2007)." Universitas Negeri Semarang, 2014.
- Damiati, Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, and Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Endipradja, Firman Tumantara. *Hukum Perlindungan Konsumen: Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*. Malang: Setara Press, 2016.
- Fibrianti, Nurul. "Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergitas Negara, Pelaku Usaha, Dan Konsumen." *Borobudur Law Review* 2, no. 2 (2020): 90–101. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/burrev/article/view/3971>.
- . "Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi." *Adhaper: Jurnal Hukum Acara Perdata* 1, no. 1 (2015): 111–26. <https://jhaper.org/index.php/JHAPER/article/view/6>.
- Karina, Aisyah Dinda. "Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional." *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum* 3, no. 2 (2019): 55–67.
- Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (e-Commerce)." *Business Law Review* 1 (2016): 14–20.
- Maharani, Alfina, and Adnand Darya Dzikra. "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 2, no. 6 (2021): 659–66. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.

- Mantili, Rai. “Upaya Hukum Keberatan Atas Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Berdasarkan Ketentuan Undang Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Acara Perdata.” *Vyavahara Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Hukum* 14, no. 2 (2019): 1–11. <https://doi.org/10.25078/vd.v14i2.1238>.
- Mardikanto, Totok. *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Najiyati, Sri, Agus Asmana, and I Nyoman N. Suryadiputra. *Pemberdayaan Masyarakat Di Lahan Gambut*. Bogor: Wetlands International, 2005.
- Peters, A.A.G., and Koesriani Siswosoebroto, eds. *Hukum Dan Perkembangan Sosial: Buku Teks Sosiologi Hukum Buku II*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1988.
- Putra, Dadi Permana. “Isu-Isu Kontemporer Hukum Bisnis Syariah (Monopoli Dalam Bisnis Syariah).” *Tahkim XIV*, no. 2 (2018): 255–75.
- Rahayu, Derita Prapti. *Budaya Hukum Pancasila*. Yogyakarta: Thafa Media, 2014.
- Rani, Amalia, and Anak Agung Ngurah Wirasila. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Persaingan Curang.” *Kertha Semaya* 4, no. 1 (2015): 2.
- Setiantoro, Arfian, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, and Rinitami Njatrijani. “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean.” *Jurnal Rechtsvinding* 7, no. 1 (2018): 1–17. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.220>.
- Shalihah, Fithriatus. *Sosiologi Hukum*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Shidarta, Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.
- . “Pemetaan Kelembagaan Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Hukum Projustisia* 24, no. 1 (2006): 63–80.
- Sinaga, Niru Anita, and Nunuk Sulisrudatin. “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 5, no. 2 (2015): 71–87. <https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>.
- Soekanto, Soerjono. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Sukarna, Kadi. “Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Dan Pelaku Usaha.” *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)* 6, no. 1 (2016): 1–10. <https://doi.org/10.26623/humani.v6i1.851>.
- Syarhan, Mohamad. “Socio-Cultural and Legal Changes in Indonesia.” *Jurnal Hukum Progresif* 9, no. 2 (2021): 135–45. <https://doi.org/10.14710/jhp.9.2.135-145>.
- Tobing, David M.L. *Klausula Baku: Paradoks Dalam Penehgakan Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.