



## Peran Perlindungan Konsumen dan Fungsi Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia

Ahmad Farizal<sup>1</sup>, Sudaberi<sup>2</sup>, Febri Aulyandra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Email : [afarizal358@gmail.com](mailto:afarizal358@gmail.com) , [wwwsudaberi12@gmail.com](mailto:wwwsudaberi12@gmail.com) ,  
[febriulydra2004@gmail.com](mailto:febriulydra2004@gmail.com)

### Abstrak

*Penulisan ini bertujuan untuk memahami perlindungan konsumen serta prinsip-prinsip yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen berdasarkan Pasal 2 UU No 8 Tahun 1999. Konsumen didefinisikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan bukan untuk diperjualbelikan. Perlindungan konsumen mencakup segala usaha yang menjamin kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen. Selain itu, pembahasan juga mencakup hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha sesuai dengan ketentuan Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penegakan hukum dalam perlindungan konsumen harus melibatkan berbagai pihak, terutama pemerintah, Lembaga Perlindungan Konsumen, dan lembaga pengawas lainnya, serta harus dilakukan koordinasi dengan instansi terkait agar tercipta keharmonisan dan menghindari tumpang tindih kebijakan atau keputusan. Diharapkan hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat tanpa merugikan konsumen atau pengguna barang dan jasa. Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini sudah cukup memadai untuk melindungi konsumen, asalkan undang-undang tersebut dipahami dengan baik oleh pelaku usaha dan konsumen.*

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Hak dan Kewajiban, Pelaku Usaha, Kepastian Hukum.

### Abstract

*This paper aims to understand consumer protection and the principles set out in the Consumer Protection Law based on Article 2 of Law No. 8 of 1999. Consumers are defined as every individual who uses goods and/or services available in the community, both for personal, family, other people, and other living things, and not for sale. Consumer protection includes all efforts that ensure legal certainty in order to provide protection to consumers. In addition, the discussion also includes the rights and obligations of consumers and business actors in accordance with the provisions of Article 4 and Article 5 of the Consumer Protection Law. Law enforcement in consumer protection must involve various parties, especially the government, the Consumer Protection Agency, and other supervisory institutions, and coordination must be carried out with related agencies in order to create harmony and avoid overlapping policies or decisions. It is hoped that this can encourage healthy economic growth without harming consumers or users of goods and services. The existence of the Consumer Protection Law is sufficient to protect consumers, provided that the law is well understood by businesses and consumers.*

**Keywords:** Consumer Protection, Consumer Protection Law, Rights and Obligations, Business Actors, Legal Certainty.

## PENDAHULUAN

Konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, tanpa tujuan untuk diperjualbelikan. Perlindungan konsumen mencakup segala usaha yang menjamin kepastian hukum guna melindungi hak-hak konsumen. Namun, dalam kenyataannya, perlindungan terhadap konsumen belum sepenuhnya terlaksana dengan baik; bahkan seringkali konsumen justru dirugikan atau diabaikan oleh produsen.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di berbagai bidang telah memungkinkan pelaku usaha memproduksi beragam barang dan/atau jasa serta memperluas transaksi baik di dalam maupun luar negeri. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih barang dan/atau jasa sesuai kebutuhan. Di sisi lain, pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan konsumen dalam memilih produk yang aman, nyaman, dan memenuhi standar keselamatan masih perlu ditingkatkan. Kondisi ini membuat konsumen sering menjadi sasaran pelaku usaha yang memanfaatkan kelemahan konsumen demi keuntungan sebesar-besarnya.

Hal tersebut juga dijelaskan dalam Penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa perkembangan ekonomi, khususnya di bidang industri dan perdagangan nasional, telah menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Selain itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika memperluas ruang transaksi lintas negara, sehingga barang dan jasa yang tersedia semakin beragam, baik dari produksi dalam negeri maupun luar negeri. Kondisi ini memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan mereka dapat terpenuhi dengan lebih baik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 5 menyebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:

- (1) meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri sendiri;
- (2) menjaga martabat konsumen dengan menghindarkan dari dampak negatif penggunaan barang dan/atau jasa;
- (3) memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya;
- (4) menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses informasi;

(5) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen agar mereka berperilaku jujur dan bertanggung jawab;

(6) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha serta kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Tujuan ini bertujuan memberikan kepastian hukum terkait hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha untuk bersikap jujur serta transparan mengenai kualitas produk sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjamin kesehatan dan keselamatan konsumen.

Salah satu kelemahan utama konsumen adalah rendahnya kesadaran akan hak-haknya, yang sebagian besar disebabkan oleh tingkat pendidikan yang kurang memadai. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan menjadi dasar hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pemberdayaan melalui pembinaan dan edukasi konsumen.

Untuk mengatasi kelemahan ini, perlu dilakukan pemberdayaan konsumen melalui lembaga yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional, yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan perlindungan konsumen. Selain itu, dalam undang-undang tersebut juga disebutkan beberapa lembaga yang bertugas melaksanakan perlindungan konsumen, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan dan menganalisis implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi hak-hak konsumen di tengah dinamika pertumbuhan ekonomi dan perkembangan sektor jasa keuangan. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena ketimpangan antara pelaku usaha dan konsumen serta peran lembaga pengawasan dalam menjembatani kepentingan kedua belah pihak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dokumen-dokumen hukum, peraturan perundang-undangan, literatur akademik, serta sumber-sumber sekunder lainnya yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap berbagai referensi hukum seperti Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, serta

dokumen-dokumen terkait fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 merupakan landasan utama dalam sistem hukum nasional. Dalam konteks pembangunan, UUD 1945 menetapkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi harus dilakukan secara demokratis, dengan mendorong pertumbuhan sektor produksi barang dan jasa yang berkualitas dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas Sebagai bentuk perlindungan terhadap masyarakat dalam kegiatan ekonomi, pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini diharapkan mampu memberikan rasa aman dan keadilan bagi konsumen, terutama dalam hal kerugian akibat transaksi barang dan jasa. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi, globalisasi, dan kemajuan teknologi, interaksi ekonomi masyarakat menjadi semakin kompleks, khususnya di sektor industri dan perdagangan.

Kondisi ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka ke masyarakat, serta menciptakan iklim persaingan harga yang menguntungkan konsumen. Namun di sisi lain, ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen juga bisa terjadi. Pelaku usaha cenderung berada dalam posisi yang dominan sebagai penyedia, sedangkan konsumen menjadi pihak yang lebih lemah dan seringkali tidak mendapatkan perlindungan yang memadai dalam transaksi ekonomi. Akibatnya, pelaku usaha berpotensi mengeksploitasi konsumen demi keuntungan maksimal, melalui strategi promosi dan metode penjualan yang kadang merugikan konsumen. Oleh karena itu, kehadiran UUPK menjadi sangat penting karena memberikan perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen. Undang-undang ini juga mendorong peningkatan kualitas produk dan jasa, menjamin kelangsungan usaha yang sehat, serta menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Lebih jauh lagi, UUPK bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen agar mereka mampu melindungi diri sendiri. Undang-undang ini juga berupaya mengangkat martabat konsumen melalui upaya perlindungan dari dampak negatif penggunaan produk atau jasa. Selain itu, konsumen diberi hak untuk memilih, menentukan, dan memperjuangkan hak-haknya dalam mendapatkan produk yang layak, sesuai dengan jaminan yang dijanjikan oleh pelaku usaha. Di dalam UUPK juga diatur ketentuan yang

melarang pelaku usaha memproduksi barang secara tidak halal, terutama jika mereka mencantumkan label “halal” dalam kemasan produk. Dengan semakin terbukanya pasar bebas akibat mekanisme pasar global, konsumen dihadapkan pada berbagai risiko. Salah satu eksek yang sering muncul adalah ketidakpuasan terhadap produk yang dikonsumsi karena tidak memenuhi standar keamanan dan kualitas, bahkan berpotensi membahayakan.

A. Hak Dan Kewajiban Konsumen Rumusan pasal-pasal UU Nomor 8 Tahun 1999, telah mengatur Hak-hak konsumen dan pelaku usaha, Meskipun realitanya, terkadang konsumen seringkali berada pada posisi yang kurang menguntungkan dan daya tawarnya rendah. Ini karena mereka belum memahami hak-hak mereka dan terkadang sudah menganggap itu persoalan biasa saja. Untuk Lembaga perlindungan Konsumen swadaya masyarakat adalah lembaga advokasi kepentingan konsumen yang secara idial mampu memperjuangkan hak-hak konsumen, adapun sesuai dengan Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Hak-hak Konsumen adalah :

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Maka dengan demikian konsumen pun perlu memiliki dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan untuk melindungi dirinya. Sosialisasi Undang-undang perlindungan konsumen harus secara gencar dilakukan terutama kepadamasyarakat tingkat bawah dan berpendidikan rendah. Karena permasalahan-permasalahan ini tentu akan terjadi

akibat dari ketidak pahaman konsumen. Untuk peningkatan kesadaran dan kewaspadaan konsumen, sesuai rumusan Pasal 5 Undang-undang perlindungan konsumen, memiliki kewajiban sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

B. Peran Dan Fungsi Lembaga Pengawasan Dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Konsumen senantiasa berada pada posisi lemah dan dirugikan. Perlu ada aturan yang dapat menjembatani kepentingan pelaku usaha dan kepentingan konsumen karena dua pihak tersebut bagai dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan, saling membutuhkan tidak mengambil keuntungan kemudian dibiarkan merugi, tidak ada bentuk pertanggungjawaban dan perlindungan bagi pihak yang dirugikan.

Lembaga instansi dan perannya dalam perlindungan konsumen di Indonesia antara lain :

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional Berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan ini terdiri atas 15 orang sampai dengan 25 orang anggota yang mewakili unsur: (1) Pemerintah, (2) Pelaku usaha, (3) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, (4) akademisi, dan (5) tenaga ahli. Masa jabatan mereka adalah tiga tahun. Dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya.

Fungsi dan Tugas Pokok Edukasi dan Perlindungan Konsumen Edukasi dan Perlindungan Konsumen mempunyai fungsi

1. Pemberian dukungan melalui pengaturan dan pelaksanaan di bidang edukasi dan perlindungan konsumen
2. Pelayanan konsumen serta pembelaan hukum perlindungan konsumen dalam rangka memperlancar pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan Jasa Keuangan.

Dalam melaksanakan fungsi bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen mempunyai tugas pokok:

1. Melakukan pengaturan di bidang edukasi, dan perlindungan konsumen
2. Melaksanakan edukasi dan perlindungan konsumen
3. Melakukan pelayanan konsumen
4. Melaksanakan pembelaan hukum perlindungan konsumen
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Dewan Komisioner

Konsep Edukasi dan Perlindungan Konsumen Fungsi edukasi dan perlindungan konsumen merupakan pilar penting dalam sektor jasa keuangan.

Dalam pelaksanaannya, konsep Edukasi dan Perlindungan Konsumen sektor jasa keuangan di Otoritas Jasa Keuangan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Bersifat Preventif (Preventive Actions) Preventive actions dilakukan dalam bentuk pengaturan dan pelaksanaan di bidang edukasi dan perlindungan konsumen. Edukasi dilakukan melalui berbagai media dan cara.
2. Bersifat Represif (Repressive Actions) Repressive Actions dilakukan dalam bentuk penyelesaian pengaduan, fasilitasi penyelesaian penyelesaian sengketa, penghentian kegiatan atau tindakan lain, dan pembelaan hokum untuk melindungi konsumen.

#### Perlindungan Konsumen Pengertian Konsumen

Konsumen adalah pihak-pihak yang menempatkan dananya dan/atau memanfaatkan pelayanan yang tersedia di Lembaga Jasa Keuangan antara lain nasabah pada Perbankan, pemodal di Pasar Modal, pemegang polis pada perasuransian, dan peserta pada Dana Pensiun, berdasarkan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

#### Pengertian Perlindungan Konsumen Perlindungan

Konsumen adalah perlindungan terhadap Konsumen dengan cakupan perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Perlindungan Konsumen menerapkan prinsip:

1. Transparansi
2. Perlakuan yang adil
3. Keandalan
4. Kerahasiaan dan keamanan data/informasi Konsumen

5. Penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa Konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau.

#### Mekanisme Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen

Pengaduan adalah ungkapan ketidakpuasan Konsumen yang disebabkan oleh adanya kerugian dan/atau potensi kerugian finansial pada Konsumen yang diduga karena kesalahan atau kelalaian Lembaga Jasa Keuangan.

#### Prosedur Penyampaian Pengaduan kepada Bank

Nasabah dapat menyampaikan pengaduan kepada Bank melalui beberapa cara sebagai berikut: Pengaduan secara lisan:

- a. Nasabah mendatangi kantor cabang Bank terdekat dan menyampaikan pengaduan melalui "Relationship Manager/Customer Service Manager", atau.
- b. Nasabah menghubungi Bank melalui telepon untuk menyampaikan pengaduannya melalui Telepon Customer Care atau Faksimili.

Pengaduan secara tertulis dapat disampaikan melalui Surat, Faksimili atau Email dengan melampirkan fotokopi identitas dan dokumen pendukung lainnya. Pengaduan secara tertulis akan diselesaikan dalam waktu 20 (dua puluh) hari kerja setelah pengaduan diterima oleh Bank. Dalam hal kondisi tertentu, Bank dapat memperpanjang waktu penyelesaian pengaduan nasabah sampai dengan paling lama 20 (dua puluh) hari kerja berikutnya dengan menyampaikan pemberitahuan tertulis mengenai perpanjangan waktu tersebut kepada nasabah sebelum jangka waktu 20 (dua puluh) hari kerja pertama berakhir.

alam konteks perkembangan ekonomi digital dan globalisasi, perlindungan konsumen menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Transaksi yang dilakukan secara daring (online) memperluas ruang interaksi antara konsumen dan pelaku usaha, namun di sisi lain juga meningkatkan potensi terjadinya pelanggaran hak konsumen, seperti penipuan, informasi produk yang tidak transparan, serta penyalahgunaan data pribadi. Kondisi ini menunjukkan bahwa regulasi yang ada perlu terus disesuaikan dengan perkembangan zaman agar tetap relevan dan efektif dalam melindungi konsumen.

di samping itu, pendekatan perlindungan konsumen yang bersifat preventif dan represif sebagaimana dijalankan oleh lembaga seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu dioptimalkan secara seimbang. Pendekatan preventif melalui edukasi dan sosialisasi hukum sangat penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen sejak awal, sehingga mereka dapat menghindari potensi kerugian. Sementara itu, pendekatan represif melalui penyelesaian

sengketa dan penegakan hukum harus dilakukan secara tegas untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan.

Hasil pembahasan juga menunjukkan bahwa sinergi antara pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, dan masyarakat menjadi faktor kunci dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif. Tanpa adanya koordinasi yang baik, kebijakan yang dibuat berpotensi tumpang tindih dan tidak berjalan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan integrasi kebijakan dan penguatan komunikasi antar lembaga agar setiap permasalahan konsumen dapat ditangani secara cepat dan tepat.

Selanjutnya, penting untuk menekankan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berorientasi pada penyelesaian sengketa, tetapi juga pada penciptaan sistem ekonomi yang berkeadilan. Dalam hal ini, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan aspek etika bisnis, tanggung jawab sosial, serta kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dapat berjalan secara seimbang dan saling menguntungkan.

Akhirnya, dapat ditegaskan bahwa keberhasilan implementasi perlindungan konsumen di Indonesia sangat bergantung pada tiga aspek utama, yaitu substansi hukum yang memadai, struktur kelembagaan yang kuat, dan budaya hukum masyarakat yang sadar akan hak dan kewajibannya. Ketiga aspek ini harus berjalan secara harmonis agar tujuan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu menciptakan kepastian hukum dan keadilan bagi seluruh pihak, dapat benar-benar terwujud dalam praktik.

Selain itu, efektivitas perlindungan konsumen juga sangat dipengaruhi oleh penegakan hukum yang konsisten dan berkeadilan. Dalam praktiknya, masih terdapat kendala dalam proses penegakan hukum, seperti lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha serta kurangnya sanksi tegas yang menimbulkan efek jera. Hal ini menyebabkan sebagian pelaku usaha masih mengabaikan kewajibannya dan cenderung melakukan pelanggaran yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem pengawasan serta penerapan sanksi yang lebih tegas dan konsisten agar tujuan perlindungan konsumen dapat tercapai secara maksimal.

Di sisi lain, perkembangan sektor jasa keuangan yang semakin pesat juga menuntut adanya peningkatan kualitas perlindungan konsumen. Produk-produk keuangan yang semakin kompleks seringkali sulit dipahami oleh masyarakat awam, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan kerugian. Dalam hal ini, transparansi informasi menjadi hal yang sangat

penting. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami agar konsumen dapat mengambil keputusan secara tepat dan tidak dirugikan.

Selanjutnya, penting untuk memperhatikan aspek literasi konsumen sebagai bagian dari upaya perlindungan jangka panjang. Rendahnya tingkat literasi hukum dan keuangan masyarakat menjadi salah satu penyebab utama terjadinya kerugian konsumen. Oleh karena itu, program edukasi yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait harus lebih intensif dan menyasar seluruh lapisan masyarakat, termasuk masyarakat di daerah terpencil. Edukasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, tetapi juga untuk membentuk sikap kritis dan keberanian konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya.

Tidak kalah penting, peran teknologi informasi juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen. Digitalisasi layanan pengaduan, transparansi informasi melalui platform online, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dapat menjadi solusi dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Namun demikian, penggunaan teknologi juga harus diimbangi dengan perlindungan terhadap data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perlindungan konsumen merupakan suatu sistem yang dinamis dan terus berkembang mengikuti perubahan zaman. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan kebijakan secara berkala, peningkatan kapasitas lembaga pengawas, serta partisipasi aktif masyarakat dalam mengawasi praktik-praktik pelaku usaha. Apabila seluruh elemen tersebut dapat berjalan secara sinergis, maka tujuan untuk menciptakan perlindungan konsumen yang efektif, adil, dan berkelanjutan akan dapat terwujud secara optimal.

## **KESIMPULAN**

Undang-Undang Dasar 1945 menegaskan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk menciptakan masyarakat adil dan makmur. Untuk mencapainya, sistem ekonomi harus dijalankan secara demokratis dan berorientasi pada peningkatan produksi barang dan jasa yang berkualitas bagi masyarakat. Dalam konteks ini, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai dasar hukum untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat transaksi barang dan jasa, terutama di tengah pengaruh globalisasi dan kemajuan

teknologi yang membuat konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha.

Hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK mencakup hak atas keamanan, informasi yang jujur, kompensasi, dan perlakuan yang adil. Meskipun demikian, konsumen kerap kali tidak memahami hak-haknya sehingga berada dalam posisi tawar yang rendah. Oleh karena itu, penting untuk terus meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya kelompok berpendidikan rendah, tentang hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen. Kewajiban konsumen, menurut Pasal 5, antara lain adalah mengikuti petunjuk penggunaan produk, beritikad baik dalam transaksi, membayar sesuai kesepakatan, dan menyelesaikan sengketa secara patut.

Untuk menjamin perlindungan konsumen, dibentuklah berbagai lembaga pengawasan, salah satunya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang berperan dalam edukasi dan perlindungan konsumen. BPKN menjalankan fungsi pengaturan, pelayanan, edukasi, serta pembelaan hukum bagi konsumen. Dalam sektor jasa keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memiliki peran penting dalam edukasi dan perlindungan konsumen melalui tindakan preventif dan represif, termasuk penyelesaian sengketa secara cepat dan terjangkau.

Perlindungan konsumen juga meliputi pengaturan mekanisme pengaduan yang jelas, baik secara lisan maupun tertulis, yang wajib ditangani oleh lembaga jasa keuangan seperti perbankan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan rasa aman kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat kelalaian atau kesalahan lembaga jasa keuangan. Secara keseluruhan, implementasi UUPK menjadi fondasi penting dalam menciptakan hubungan yang seimbang dan adil antara pelaku usaha dan konsumen demi keberlangsungan sistem ekonomi nasional yang sehat.

### **Saran**

Dalam kedudukannya sebagai lembaga independen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional perlu meningkatkan kerjasama dengan lembaga-lembaga pemerintah lainnya termasuk lembaga non pemerintah baik di tingkat nasional maupun internasional guna melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan, barang dan/atau jasa yang digunakan konsumen, penyebaran informasi melalui media, survei terhadap kebutuhan konsumen dan menerima pengaduan.

Fungsi dan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam menerima pengaduan perlu disesuaikan dengan pengaduan yang diterima Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat atau pelaku usaha agar dalam memberikan rekomendasi untuk penyelesaian pelanggaran konsumen dapat dilaksanakan dengan efektif sesuai dengan tingkat pelanggaran, jenis-jenis pelanggaran yang terjadi dan upaya penyelesaian sesuai dengan prosedur hukum yang berlaku. Fungsi dan tugas BPKN memerlukan dukungan masyarakat untuk secara aktif menyampaikan pengaduan, laporan mengenai peristiwa yang diketahui, didengar atau dialami sendiri berkaitan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Dukungan pemerintah perlu ditingkatkan melalui upaya untuk secepat mungkin menyelesaikan kasus-kasus pelanggaran konsumen yang terjadi.

Sebaiknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional segera membentuk perwakilan di setiap daerah sesuai dengan pasal 40 yaitu apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya untuk lebih dekat dengan masyarakat dalam menyampaikan pengaduan-pengaduan terhadap pelanggaran konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). *Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.

Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*.

Tampubolon, W. S. (2016). *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53-61.

Kairupan, C. (2013). *Fungsi dan tugas badan perlindungan konsumen nasional dalam menerima pengaduan mengenai pelanggaran hak-hak konsumen*. *Lex et Societatis*, 1(3).

Pantouw, M. P. (2016). Peran dan Fungsi Lembaga Pengawasan Dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Lex Crimen*, 5(6), 146522.

Ridha, I., Rahmi, Y., Sofian, W. R., Maghfirah, Y., Hidayat, M. F., Hulu, R. W., ... & Al Muhyi, S. H. (2025). Implementasi Perlindungan Konsumen Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Untuk Menegakkan Hak-Hak Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 2888-2898.

Daeng, Y., Kasmira, J., Guswandi, A., Keristian, B., & Nasution, A. K. (2023). Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menegakkan Hak Konsumen Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 2883-2890.