

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB LEMAHNYA KEDUDUKAN KONSUMEN DIBANDINGKAN PELAKU USAHA DI INDONESIA

Ernesta Uba Wohon¹, Laura Berenika Apriliani Tija², Louise Mariano Ngiso Artono Siwemole³, Giovanni Lucianus M. Donpiera⁴, Imanuel Markutoja Wallep⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas hukum, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

Email: ernestha160482@gmail.com, lauratija07630@gmail.com, ryosiwemole@gmail.com,
Kddaeng62@gmail.com, nuellpr@gmail.com

Abstract

The weak position of consumers against business actors is a very important issue in the context of consumer protection in Indonesia. Consumers are often at a disadvantage because business actors have greater economic power, information, and legal access. In today's digital era and free market, consumer protection challenges are increasingly complex, especially with the emergence of digital products and services that are not yet fully regulated in consumer protection regulations. This can reduce consumer loyalty and damage the reputation of irresponsible business actors. The research method used in this research study is normative legal research. Thus, this research is very important because it aims to identify and analyze the factors that cause the weak position of consumers in relations with business actors in Indonesia. In addition, this research is also important because it aims to analyze the impact of the weak position of consumers on the national economic system and identify its influence on the level of public trust in business actors in Indonesia. By doing so, it is expected that the position of consumers in Indonesia can become stronger and optimally protected.

Keywords: Consumer; business actors; position

Abstrak

Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha merupakan masalah yang sangat penting dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. Konsumen sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan karena pelaku usaha memiliki kekuatan ekonomi, informasi, dan akses hukum yang lebih besar. Dalam era digital dan pasar bebas saat ini, tantangan perlindungan konsumen semakin kompleks, terutama dengan munculnya produk dan layanan digital yang belum sepenuhnya diatur dalam regulasi perlindungan konsumen. Hal ini dapat menurunkan loyalitas konsumen dan merusak reputasi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Penelitian hukum normatif. Sehingga, penelitian ini sangat penting karena bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha di Indonesia. Selain itu penelitian ini juga penting karena bertujuan untuk menganalisis dampak lemahnya kedudukan konsumen terhadap sistem perekonomian nasional dan mengidentifikasi pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada pelaku usaha di Indonesia. Dengan begitu, tentunya sangat diharapkan kedudukan konsumen di Indonesia dapat menjadi lebih kuat dan terlindungi secara optimal.

Kata Kunci: konsumen, pelaku usaha, kedudukan

PENDAHULUAN

Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha merupakan masalah yang sangat penting dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. Konsumen sering kali

berada dalam posisi yang kurang menguntungkan karena pelaku usaha memiliki kekuatan ekonomi, informasi, dan akses hukum yang lebih besar.¹ Hal ini menyebabkan konsumen sulit untuk menuntut haknya ketika dirugikan oleh produk atau jasa yang tidak sesuai standar atau melanggar hak konsumen. Selain itu, rendahnya kesadaran konsumen tentang hak-haknya juga memperparah kondisi ini, sehingga perlindungan hukum yang ada belum efektif sepenuhnya dalam mengatasi ketidakseimbangan tersebut.²

Dalam era digital dan pasar bebas saat ini, tantangan perlindungan konsumen semakin kompleks, terutama dengan munculnya produk dan layanan digital yang belum sepenuhnya diatur dalam regulasi perlindungan konsumen. Tantangan perlindungan konsumen yang dihadapi adalah ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha yang menyebabkan konsumen sering dirugikan tanpa mendapatkan perlindungan hukum yang memadai. Konsumen kerap kali tidak memiliki informasi yang cukup, tidak memahami hak-haknya, dan tidak memiliki kekuatan tawar yang setara dengan pelaku usaha. Hal ini menimbulkan ketidakadilan dan memperlemah posisi konsumen dalam transaksi bisnis.³

Lemahnya kedudukan konsumen berdampak negatif tidak hanya pada konsumen sendiri tetapi juga pada iklim usaha dan perekonomian secara umum. Konsumen yang dirugikan tanpa mendapatkan keadilan akan kehilangan kepercayaan terhadap pelaku usaha dan produk yang beredar di pasar.⁴ Hal ini dapat menurunkan loyalitas konsumen dan merusak reputasi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.⁵ Selain itu, ketidakseimbangan ini dapat mendorong praktik usaha yang tidak sehat dan merugikan masyarakat luas, seperti penjualan produk palsu, penggunaan bahan berbahaya, dan perjanjian sepihak yang merugikan konsumen.⁶ Jika tidak segera ditangani, kondisi ini akan memperburuk perlindungan konsumen dan melemahkan sistem hukum yang seharusnya menjamin keadilan dalam transaksi.

¹ Panjaitan, H. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Jala Permata Aksara, hlm.xviii

² Widiantoro, W. H. (2020). *Pemetaan Masalah Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Konsumen dan Pelaku Usaha*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, hlm.2

³ Syaiful. (2024, February 8). *Tantangan dan Perkembangan Terbaru dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Retrieved from hukum.uma.ac.id: <https://hukum.uma.ac.id/2024/02/08/tantangan-dan-perkembangan-terbaru-dalam-hukum-perlindungan-konsumen/?utm>

⁴ Opcit, hlm.xviii

⁵ Laura, A. (2024). *Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya Pada Praktik Bisnis di Indonesia*. Lex Generalis, hlm.6

⁶ Opcit, hlm.2

Penelitian ini sangat penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha di Indonesia. Selain itu penelitian ini juga penting untuk menganalisis dampak lemahnya kedudukan konsumen terhadap sistem perekonomian nasional dan mengidentifikasi pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada pelaku usaha di Indonesia. Hal ini penting untuk menciptakan keseimbangan dan keadilan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga perlindungan konsumen dapat berjalan lebih baik.

METODE PENELITIAN

Pada dasarnya terdapat beberapa jenis penelitian, yaitu penelitian hukum normatif, penelitian hukum empiris, dan penelitian hukum normatif-empiris. Penelitian hukum normatif adalah proses penelitian untuk meneliti dan mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.⁷ Penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat.⁸ Penelitian hukum normatif-empiris pada dasarnya merupakan penggabungan antara penelitian hukum normatif dengan penelitian hukum empiris. Penelitian hukum normatif-empiris merupakan penelitian hukum yang berbasis pada penelitian hukum yang bukan hanya mengkaji mengenai sistem norma dalam peraturan perundang-undangan, namun mengamati reaksi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja atau diterapkan di dalam masyarakat sebagai objek kajiannya.⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu “ Penelitian hukum normatif ”. Karena fokus penelitian ini untuk meneliti dan mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.

⁷ Muhaimin. (2020). Metode Penelitian Hukum. Mataram: Mataram University Press, hlm. 46

⁸ Ibid, hlm.81

⁹ Ibid, hlm.118

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Lemahnya Kedudukan Konsumen Dalam Hubungan Dengan Pelaku Usaha Di Indonesia

Lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha di Indonesia merupakan permasalahan sistemik yang mencerminkan ketidakseimbangan struktural dalam dinamika pasar. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa konsumen sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan karena pelaku usaha memiliki kekuatan ekonomi, informasi, dan akses hukum yang lebih besar. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya kesadaran konsumen tentang hak-haknya dan belum efektifnya perlindungan hukum yang ada dalam mengatasi ketidakseimbangan tersebut. Berikut penjelasan lengkap faktor-faktor yang menyebabkan lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha di Indonesia, disertai rujukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :

1. Rendahnya Kesadaran dan Pendidikan Konsumen

Rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka membuat mereka sulit melindungi diri dari kerugian akibat produk atau jasa yang tidak sesuai. Banyak konsumen tidak mengetahui bagaimana cara mengajukan pengaduan atau menuntut ganti rugi ketika dirugikan. Contohnya, konsumen yang menerima produk cacat seringkali tidak melaporkan karena takut prosesnya rumit atau tidak tahu harus ke mana mengadu.¹⁰

UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 4 huruf f menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen agar mereka lebih sadar dan mampu melindungi diri. Pemerintah dan pelaku usaha juga berkewajiban meningkatkan literasi konsumen agar terjadi keseimbangan dalam hubungan bisnis.¹¹

2. Lemahnya Penegakan Hukum dan Pengawasan

Meskipun perlindungan konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999, penegakan hukum di lapangan masih lemah. Banyak pelaku usaha yang melanggar aturan tidak mendapat sanksi tegas karena keterbatasan sumber daya aparat penegak hukum dan

¹⁰ 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, Hlm.660

¹¹ Opcit, Hlm.6-7

kurangnya pengawasan. Misalnya, kasus penipuan dalam transaksi online sering berlarut tanpa penyelesaian yang memuaskan konsumen.¹²

Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen mengatur sanksi pidana dan administratif bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan, namun implementasinya masih belum optimal. Lemahnya pengawasan ini menyebabkan pelaku usaha kurang bertanggung jawab dan konsumen tetap dirugikan.¹³

3. Pengaturan Perjanjian Baku yang Merugikan Konsumen

Perjanjian baku adalah kontrak standar yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha tanpa negosiasi dengan konsumen. Seringkali isi perjanjian ini mengandung klausul yang menguntungkan pelaku usaha dan merugikan konsumen, seperti pembatasan tanggung jawab atau syarat pengembalian barang yang sulit. Konsumen yang ingin membeli produk hanya bisa menerima syarat tersebut tanpa pilihan lain.

UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 18 mengatur bahwa perjanjian baku harus dibuat secara adil dan tidak boleh merugikan konsumen. Namun, dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang tetap menggunakan perjanjian baku yang berat sebelah sehingga konsumen sulit mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi sengketa.

4. Ketergantungan Konsumen terhadap Produk dari Pelaku Usaha

Konsumen seringkali sangat bergantung pada produk atau jasa tertentu yang hanya disediakan oleh pelaku usaha tertentu, sehingga posisi tawar konsumen menjadi sangat lemah. Misalnya, di daerah terpencil hanya ada satu penyediaan listrik atau air, sehingga konsumen tidak punya pilihan lain selain menerima kondisi yang ada, meskipun kualitasnya buruk atau harga mahal.¹⁴

Ketergantungan ini membuat konsumen sulit menuntut haknya karena tidak ada alternatif lain. UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 8 mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan pelayanan yang benar dan tidak diskriminatif, namun dalam kondisi ketergantungan, konsumen tetap rentan dirugikan.

¹² Kandina, I. G. (2024). Indikator Lemahnya Penegakan Hukum Di Indonesia. *Indonesian Journal Of Law Research*, 3-4.

¹³ Ibid, hlm.4

¹⁴ 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*, hlm.661

3.2 Dampak Lemahnya Kedudukan Konsumen Terhadap Sistem Perekonomian Nasional Dan Mengidentifikasi Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Pelaku Usaha Di Indonesia

1. Dampak Lemahnya Kedudukan Konsumen terhadap Sistem Perekonomian Nasional

Lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha menyebabkan konsumen sering merasa dirugikan dan kurang terlindungi secara hukum. Hal ini membuat konsumen menjadi kurang percaya diri saat bertransaksi, sehingga mereka cenderung mengurangi konsumsi atau berhati-hati dalam membeli barang dan jasa. Akibatnya, perputaran ekonomi menjadi tidak optimal dan pertumbuhan ekonomi nasional bisa terhambat karena konsumsi masyarakat yang menurun

Selain itu, lemahnya perlindungan konsumen juga menimbulkan ketidakpastian dalam dunia usaha. Pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dapat melakukan praktik curang atau menjual produk berkualitas rendah tanpa takut mendapat sanksi tegas. Kondisi ini menciptakan iklim bisnis yang tidak sehat dan merugikan konsumen serta pelaku usaha yang jujur. Oleh karena itu, perlindungan hukum yang kuat sangat diperlukan agar tercipta keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha demi stabilitas perekonomian.¹⁵

Lemahnya perlindungan konsumen juga berdampak pada lemahnya lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Misalnya, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang kewenangannya terbatas dan anggarannya minim, sehingga tidak efektif dalam menangani kasus-kasus konsumen. Banyak putusan BPSK yang dibatalkan oleh pengadilan karena regulasi yang belum kuat, membuat konsumen sulit mendapatkan keadilan.¹⁶

Selain itu, perkembangan ekonomi yang semakin kompleks dan digital menuntut revisi aturan perlindungan konsumen agar lebih adaptif. Regulasi yang tidak mengikuti

¹⁵ Bayu, A. (2023). Urgensi Penguatan Ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen Pasca Diterapkan Sistem Perdagangan Bebas di Indonesia. *Unes Law Riview*, 2562-2564.

¹⁶ Setiady, H. (2019, Juli 24). Perlindungan Konsumen Di Indonesia Masih Lemah. Retrieved from Antaranews.com: <https://m.antaranews.com/berita/974592/bpkn-perlindungan-konsumen-di-indonesia-masih-lemah>. Diakses pada 02 Juni 2025. Pukul 22.10

perkembangan teknologi menyebabkan perlindungan konsumen menjadi kurang maksimal, terutama dalam transaksi online dan ekonomi digital yang semakin berkembang pesat.¹⁷

2. Pengaruh Lemahnya Kedudukan Konsumen terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Pelaku Usaha

Ketika konsumen merasa haknya tidak dihormati dan sering dirugikan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha menurun drastis. Konsumen menjadi lebih skeptis dan berhati-hati dalam memilih produk atau jasa, bahkan cenderung menghindari transaksi dengan pelaku usaha tertentu yang reputasinya buruk. Hal ini menghambat pertumbuhan pasar dan membuat pelaku usaha sulit membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selain itu, ketidakpercayaan konsumen juga berdampak pada kepercayaan mereka terhadap sistem hukum dan pemerintah yang dianggap kurang efektif dalam melindungi hak konsumen. Banyak kasus pelanggaran konsumen yang tidak diselesaikan dengan baik, sehingga masyarakat merasa tidak ada perlindungan nyata. Kondisi ini membuat konsumen enggan melaporkan pelanggaran dan semakin memperlemah posisi mereka dalam hubungan ekonomi dengan pelaku usaha.

Kurangnya kepercayaan ini juga menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dan kritis dalam bertransaksi. Mereka akan mencari informasi lebih banyak dan berhati-hati agar tidak dirugikan. Namun, jika pelaku usaha tidak mampu memberikan jaminan kualitas dan pelayanan yang baik, konsumen akan berpindah ke pelaku usaha lain yang lebih dipercaya. Ini menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas dan transparansi agar bisa mempertahankan kepercayaan konsumen.¹⁸

Terakhir, lemahnya perlindungan konsumen juga menimbulkan stigma negatif terhadap pelaku usaha secara umum. Praktik bisnis yang tidak jujur dan kurangnya penegakan hukum membuat citra pelaku usaha menjadi buruk di mata masyarakat. Hal ini merugikan pelaku usaha yang berintegritas dan menghambat perkembangan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

¹⁷ Marina, K. (2023). Perlindungan Hukum Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 441-448.

¹⁸ Bayu, A.Op.Cit, hlm.2564

KESIMPULAN

Lemahnya kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor utama, yaitu adanya hubungan asimetris yang membuat konsumen kurang mendapatkan informasi lengkap, rendahnya kesadaran dan pendidikan konsumen mengenai hak-hak mereka, lemahnya penegakan hukum dan pengawasan terhadap pelaku usaha, pengaturan perjanjian baku yang sering merugikan konsumen, serta ketergantungan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu yang hanya disediakan oleh pelaku usaha tertentu. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan memperkuat posisi konsumen yang rentan dirugikan dalam berbagai transaksi bisnis. Selain itu, dampak lemahnya kedudukan konsumen terhadap sistem perekonomian nasional dan mengidentifikasi pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada pelaku usaha di Indonesia. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah memberikan dasar hukum yang kuat, implementasi dan pengawasan di lapangan masih perlu ditingkatkan agar perlindungan konsumen dapat berjalan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhaimin. (2020). Metode Penelitian Hukum. Mataram: Mataram University Press
- Panjaitan, H. (2021). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Jala Permata Aksara,
- Widijantoro, W. H. (2020). Pemetaan Masalah Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Konsumen dan Pelaku Usaha. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka
- Bayu, A. (2023). Urgensi Penguatan Ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen Pasca Diterapkan Sistem Perdagangan Bebas di Indonesia. Unes Law Riview
- Kandina, I. G. (2024). Indikator Lemahnya Penegakan Hukum Di Indonesia. Indonesian Journal Of Law Research
- Laura, A. (2024). Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya Pada Praktik Bisnis di Indonesia. Lex Generalis
- 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
- Marina, K. (2023). Perlindungan Hukum Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia. Jurnal Kewarganegaraan
- Syaiful. (2024, February 8). Tantangan dan Perkembangan Terbaru dalam Hukum Perlindungan Konsumen. Retrieved from hukum.uma.ac.id: <https://hukum.uma.ac.id/2024/02/08/tantangan-dan-perkembangan-terbaru-dalam-hukum-perlindungan-konsumen>

Setiady, H. (2019, Juli 24). Perlindungan Konsumen Di Indonesia Masih Lemah. Retrieved from Antaranews.com: <https://m.antaranews.com/berita/974592/bpkn-perlindungan-konsumen-di-indonesia-masih-lemah>.