

IMPLEMENTASI ASAS KEADILAN DALAM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN UNTUK MEWUJUDKAN KESEIMBANGAN HUBUNGAN HUKUM ANTARA KONSUMEN DAN PELAKU USAHA

Rizky Habiba Romli Angelita
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
E-mail : Lita22081@gmail.com

Abstrak

Perlindungan hukum kepada konsumen adalah tanggung jawab fundamental yang harus dilakukan oleh negara sebagai bagian dari menjunjung hak konstitusional yang dimiliki setiap warga negara. Hak ini mencakup jaminan perlindungan hukum, kepastian hukum, serta rasa adil dalam setiap kegiatan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana asas keadilan diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen sebagai usaha menciptakan kesetaraan dalam korelasi hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Di dunia nyata, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha seringkali tak setara karena konsumen ada pada peran yang lebih lemah, baik pada informasi, kemampuan finansial maupun kemampuan memperjuangkan haknya. Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan asas keadilan dalam hukum perlindungan konsumen tak cuma fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen, namun pada pembentukan hubungan hukum yang seimbang, beretika, dan berkelanjutan antara konsumen dengan pelaku usaha.

Kata kunci: Asas keadilan, perlindungan konsumen, hubungan konsumen dan pelaku usaha.

Abstract

Legal protection for consumers is a fundamental responsibility that the state must fulfill as part of upholding the constitutional rights of every citizen. This right includes guaranteed legal protection, legal certainty, and a sense of justice in all economic activities. This study aims to examine in what manner the doctrine of equity is utilized within jurisprudence defending users in an attempt to generate parity in the juridical connection connecting purchasers and commercial entities. In actuality, the interaction connecting purchasers and commercial entities is customarily disproportionate because consumers are in a weaker position, both in terms of information, financial capabilities, and the ability to defend their rights. This study confirms that the application of the principle of justice in consumer protection law focuses not only on legal protection for consumers but also on establishing a balanced, ethical, and sustainable legal relationship between consumers and businesses.

Keywords: Principle of justice, consumer protection, consumer-business relationship.

Article history

Received: Oktober 2025
Reviewed: Oktober 2025
Published: Oktober 2025

Plagiarism checker no 491

Doi : prefix doi :
10.8734/causa.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : causa



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Perkembangan kegiatan ekonomi yang semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan globalisasi telah menciptakan korelasi yang kompleks antara pelaku usaha dengan konsumen. Saat ini, konsumen dapat dengan mudah mengakses berbagai produk dan jasa melalui platform digital, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien. Kondisi ini tentu memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yakni kata *consumer*, atau pada bahasa Belanda disebut *consument* atau *konsument*. Secara harfiah, kata *consumer* artinya seseorang yang menggunakan barang atau jasa. Seperti yang tercantum pada Kamus Bahasa Inggris-Indonesia, kata *consumer* juga mempunyai makna menjadi pengguna atau konsumen.¹

Pada praktiknya hubungan hukum tersebut sering kali tidak seimbang. Konsumen berada pada posisi yang relatif lemah dibandingkan dengan pelaku usaha yang memiliki kekuatan ekonomi, kemampuan informasi, dan penguasaan terhadap pasar yang lebih besar. Ketimpangan ini membuat konsumen sering kali menjadi pihak yang dirugikan, baik melalui praktik perdagangan yang menyesatkan, promosi berlebihan, hingga penyalahgunaan kekuasaan ekonomi oleh pelaku usaha.

Perkembangan yang pesat ini telah melahirkan satu cabang hukum baru yang dikenal sebagai hukum perlindungan konsumen. Pasal 1 huruf 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen menyatakan yakni perlindungan konsumen ialah semua usaha yang bertujuan memastikan terdapat ketertiban hukum agar konsumen dapat dilindungi. Ketentuan ini menegaskan bahwa negara memiliki tanggung jawab untuk menciptakan sistem hukum yang mampu melindungi kepentingan konsumen dari berbagai potensi Kerugian yang terjadi karena usaha yang tidak bertanggung jawab.²

Asas keadilan yang mencakup asas keseimbangan merupakan salah satu prinsip dasar alam sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia, seperti yang tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK).³ Asas ini menuntut agar setiap hubungan hukum interaksi konsumen serta entitas bisnis berlangsung dalam kondisi berimbang, di mana hak serta kewajiban kedua belah pihak dapat terpenuhi secara proporsional. Penerapan asas tersebut bukan hanya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga untuk menciptakan keseimbangan dalam dunia usaha.

Penerapan asas keadilan dalam hukum perlindungan konsumen krusial sekali guna memelihara ekuilibrium relasi hukum antara konsumen dengan pelaku usaha di Indonesia. Dengan menerapkan asas ini, perlindungan konsumen bukan sekadar berwujud regulasi yang formal, melainkan turut berwujud aksi konkret pada implementasi hukum yang mendukung nilai-nilai keadilan, kepastian hukum, serta manfaat bagi konsumen.

Melalui melakukan penelitian ini, diharapkan bisa memahami secara menyeluruh mengenai pentingnya asas keadilan diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia. serta berupaya memberi andil terhadap pengembangan hukum perlindungan konsumen yang tidak hanya berpijak pada kepastian hukum, tetapi juga menjamin keadilan dan keseimbangan bagi seluruh pihak yang terlibat.

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, "*Hukum Perlindungan Konsumen*", (Jakarta: Sinar Grafika, 2017)

² Sutan Pinayungan Siregar, "Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Journal of Law, Administration, and Social Science* Vol 4 No.2 (2024), hlm. 228

³ Syaharie Jaang, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Prinsip Keadilan", *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, Vol 2 No. 5 (2023), hlm. 350

Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep dasar hukum perlindungan konsumen diatur dalam hukum Indonesia?
2. Bagaimana asas keadilan diterapkan pada hukum perlindungan konsumen di Indonesia?

Metode Penelitian

Riset ini memakai metode penelitian hukum normatif, yakni pendekatan yang menguji berbagai norma hukum yang ada serta asas-asas hukum yang terkait dengan perlindungan hak konsumen. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah bahan hukum tertulis, baik berupa peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, maupun literatur ilmiah yang relevan dengan asas keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Konsep Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan suatu himpunan prinsip serta regulasi yang menata sekaligus memproteksi penikmat produk pada beragam interaksi serta problematika yang timbul pada suplai serta pemanfaatan produk pemakai, antara pihak yang menyediakan produk dengan pihak yang menggunakan produk tersebut dalam kehidupan bermasyarakat. Pihak yang menyediakan produk konsumen bisa disebut sebagai penjual, sedangkan pihak yang menggunakan produk konsumen tersebut bisa disebut sebagai pembeli.⁴

Meskipun undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen (UUPK) tersebut dibuat agar memproteksi hak konsumen, tetapi undang-undang ini tidak ingin menghalangi usaha para pelaku usaha. Adanya undang-undang ini justru diharapkan bisa membuat para pelaku usaha lebih semangat meningkatkan kemampuan berkompetisi mereka dengan memperhatikan kebutuhan konsumen.

Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha muncul dari sebuah perjanjian pembelian barang atau jasa, seperti yang diatur pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pasal 1457 di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menjelaskan yakni jual-beli merupakan suatu konsensus di antara dua entitas, yang mana salah satu subjek berkomitmen guna menyerahkan produk spesifik, sementara entitas yang lain menyanggupi guna memberikan uang sesuai harga yang sudah disepakati bersama. Dari ketentuan tersebut terlihat bahwa hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Namun di dunia nyata, konsumen sering kali tidak memiliki posisi yang seimbang dalam menentukan isi perjanjian tersebut.⁵

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) telah mengatur kewajiban yang sepatutnya didapatkan konsumen serta kewajiban yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Dalam UUPK Pasal 4 terdapat beberapa hak yang dimiliki oleh konsumen, yakni⁶:

- 1) Hak guna mengalami kenyamanan, keamanan, serta keterproteksian kala memanfaatkan produk dan/atau layanan;
- 2) Hak guna menyeleksi produk dan/atau layanan berikut memperoleh produk dan/atau layanan itu setara standar pertukaran, keadaan, serta garansi yang telah disepakati;

⁴ Puteri Asyifa Octavia Apandy, dkk., "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli", Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta Vol 3 No. 1 (2021), hlm. 14

⁵ Fauzi & Ansari, "Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan KUHP Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam, Vol 18 No. 1 (2020), hlm. 126

⁶ Renggi Pramita, dkk., "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, Vol 3 No. 6 (2023), hlm. 4144

- 3) Hak memperoleh data nan akurat, transparan, serta faktual perihal keadaan maupun garansi produk dan/atau layanan.
- 4) Hak guna mengartikulasikan pandangan serta aduan perihal produk dan/atau layanan yang dimanfaatkan;
- 5) Hak guna memperoleh asistensi hukum, proteksi, maupun usaha resolusi disputasi proteksi penikmat produk secara berimbang;
- 6) Hak guna memperoleh panduan serta edukasi perihal kewenangan penikmat produk;
- 7) Hak guna memperoleh perlakuan ataupun pelayanan nan patut, faktual, serta non-diferensiatif;
- 8) Hak guna memperoleh provisi spesial, kompensasi, dan/atau substitusi apabila produk dan/atau layanan nan didapat tak selaras konsensus ataupun tak memenuhi ekspektasi;
- 9) Hak yang distipulasikan dalam provisi legislasi lainnya.

Konsumen tak cuma memiliki hak dalam aktivitas ekonomi, pun mempunyai kewajiban yang perlu dicukupi agar tercipta keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Kewajiban konsumen mencakup membaca dan memahami informasi mengenai produk, menggunakan barang atau jasa sesuai dengan aturan yang berlaku, membayar sesuai kesepakatan, serta menghormati hak pelaku usaha.⁷

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha pula mempunyai hak-hak serta kewajiban yang terdapat pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha yakni ⁸:

1. Hak guna memperoleh pelunasan selaras dengan konsensus perihal keadaan serta standar pertukaran produk dan/atau layanan yang ditransaksikan.
2. Hak guna memperoleh proteksi hukum atas aksi penikmat produk yang nirintegritas.
3. Hak guna melakukan pembelaan secara berimbang pada meresolusikan disputasi penikmat produk.
4. Hak guna merehabilitasi reputasi apabila terverifikasi secara hukum bahwa detriment nan diderita penikmat produk bukan diakibatkan oleh produk dan/atau layanan nan diniagakan.
5. Hak-hak yang distipulasikan dalam regulasi perundang-undangan lainnya.

Lebih lanjut entitas bisnis turut mengemban bermacam kewajiban yang wajib ditunaikan guna memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dan kepercayaan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan tetap terjaga. Kewajiban-kewajiban ini mencakup menyajikan data nan faktual serta transparan, menggaransi mutu serta keamanan produk, menyediakan layanan jual yang baik, mematuhi regulasi perlindungan konsumen, serta bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan.⁹

Penerapan Asas Keadilan dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Asas keadilan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi salah satu dasar penting dalam menciptakan hubungan hukum yang setara antara konsumen dengan pelaku usaha. Asas keadilan menuntut adanya kesetaraan posisi, pelaku usaha tidak diperkenankan menggunakan kekuasaan ekonominya untuk menekan konsumen, sementara konsumen juga diharapkan bertindak dengan itikad baik dalam melakukan transaksi.¹⁰

Penerapan asas keadilan dalam hukum perlindungan konsumen pada dasarnya diwujudkan melalui pelaksanaan hak dan kewajiban secara seimbang antara konsumen dan pelaku usaha.

⁷ Lina Maulidiana & Rendy Renaldy "Mewujudkan Keadilan Konsumen" (Medan: PT. Media Penerbit Indonesia, 2025), hlm. 23

⁸ Pasal 6, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁹ Ibid, hlm. 30

¹⁰ Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, "Hukum Perlindungan Konsumen" (Bali: Udayana University Press, 2020), hlm. 57

Ketika pelaku usaha dan konsumen sama-sama melaksanakan kewajibannya dan menghormati hak pihak lain maka tercipta hubungan hukum yang seimbang. Sebaliknya, apabila salah satu pihak mengabaikan kewajiban atau menyalahgunakan haknya, maka ketimpangan dan ketidakadilan akan muncul, yang berpotensi menimbulkan sengketa hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Untuk mencegah masalah tersebut, diperlukan penguatan regulasi dan pengawasan yang lebih konsisten. Pemerintah bersama lembaga terkait seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) harus menjalankan tugas pengawasan dengan tegas dan mandiri. Produk yang tidak memenuhi kualitas, iklan yang membingungkan, atau perjanjian baku yang merugikan konsumen perlu diberi sanksi keras agar para pelaku usaha tidak merasa bebas melakukan pelanggaran. Selain itu, regulasi juga perlu diperbarui sesuai dengan perkembangan zaman, seperti perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce yang semakin rumit. Kesadaran hukum masyarakat harus ditingkatkan melalui edukasi dan sosialisasi. Konsumen perlu memahami hak-haknya sehingga berani menuntut bila dirugikan, sementara pelaku usaha harus menyadari bahwa mematuhi hukum bukan hanya kewajiban, tapi juga strategi bisnis jangka panjang untuk membangun kepercayaan konsumen.¹¹

Penutup

Penerapan asas keadilan pada sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia, sudah diregulasi pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Namun, penerapannya di lapangan masih belum maksimal, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya aturan hukum saja belum cukup menyajikan perlindungan konsumen yang adil tanpa adanya dukungan mekanisme pelaksanaan yang kuat dan berkelanjutan. Karena sebab itu, Untuk mewujudkan hubungan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen masih diperlukannya peningkatan efektivitas lembaga penegakan hukum, penguasaan peran pemerintah sebagai pengawas, serta peningkatan kesadaran hukum baik konsumen maupun pelaku usaha. Hanya dengan menerapkan asas keadilan secara menyeluruh, hukum perlindungan konsumen dapat berfungsi sebagai alat yang menghasilkan keseimbangan, dan kepastian hukum dalam berbagai aktivitas ekonomi.

Daftar Pustaka

Buku

Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Udayana University Press.

Lina Maulidiana & Rendy Renaldy. (2025). *Mewujudkan Keadilan Konsumen*. PT Media Penerbit Indonesia.

Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.

Jurnal

Apandy, P. A. O., Melawati, & Adam, P. (2021). Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3(1), 12-18. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>

¹¹ Hani Riadho Nasution & Abd. Harris, "Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia", *Locus Journal of Academic Literature Review* Vol 4 No. 6, (2025), hlm. 481

- Fauzi, A. R., & Ansari, A. (2020). Analisa Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan KUHPdata dan Undang -Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Tranksaksi Elektronik. *Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam*, 18(1), 114-141. <https://doi.org/10.29062/arrisalah.v18i1.339>
- Jaang, S. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Berdasarkan Prinsip Keadilan. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(05), 349-357. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i05.303>
- Nasution, H. R., & Harris, A. (2025). Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4 (6), 470-484, <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v4i6.572>
- Renggi P., Michelle A. S., Partermutios S. P. S., (2023). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4138-4155. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6944>
- Siregar, S. P. (2024). Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 228-233. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.619>

Undang-undang

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen