Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

Pentingnya Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli

Meriza Elpha Darnia[1], Dwi Sofiani Azzahra[2], Ihwatul Hanif[3], Lili Vivian[4], danRiza Febdillah[5],
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
meriza.elpha@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

Buying and selling is a common activity in Indonesian society, and every day there are people involved in buying and selling transactions. Buying and selling refers to a transaction between a seller, who is usually a business actor, and a buyer, who is a consumer. In the buying and selling process, consumers often face problems or losses. Therefore, Indonesia has issued a consumer protection law to protect consumer rights. The problems faced by consumers are not limited to selecting goods alone, but involve more complex problems related to the awareness of all parties, including business actors and consumers, about the importance of consumer protection. The aim of implementing, developing and regulating consumer protection is to increase consumer dignity and awareness. More than that, it also aims to encourage business actors not to abuse their business practices and act responsibly. It is important for consumers to realize that they have rights protected by the Consumer Protection Law, so that they can exercise social control over the behavior and business practices of business actors and the government. This research uses socio-legal research methods that adopt an interdisciplinary approach or a "hybrid" approach that combines aspects of sociological research with a normative approach that applies qualitative analysis. The results of this article state that consumer protection law has great significance in the context of buying and selling activities. For business actors, this law is important because it provides clear guidelines regarding permitted practices and prohibits actions that could harm consumers. Meanwhile, for consumers, consumer protection laws are also important because they provide security guarantees when they are involved in buying and selling transactions.
Keywords: *Consumer Protection Law, Consumer Rights, Buying and Selling*

ABSTRAK

Jual beli adalah kegiatan yang sudah umum di masyarakat Indonesia, dan setiap hari ada orang yang terlibat dalam transaksi jual beli. Jual beli merujuk pada transaksi antara penjual, yang biasanya adalah pelaku usaha, dan pembeli, yang adalah konsumen. Dalam proses jual beli, seringkali pihak konsumen menghadapi masalah atau kerugian. Oleh karena itu, Indonesia telah mengeluarkan undang-undang perlindungan konsumen untuk melindungi hak-hak konsumen. Masalah yang dihadapi oleh konsumen tidak terbatas pada pemilihan barang semata, melainkan melibatkan masalah yang lebih kompleks yang berkaitan dengan kesadaran semua pihak, termasuk pelaku usaha dan konsumen, tentang pentingnya perlindungan konsumen. Tujuan dari penyelenggaraan, pengembangan, dan regulasi perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Lebih dari itu, hal ini juga bertujuan untuk mendorong pelaku usaha agar tidak menyalahgunakan praktik bisnis mereka dan bertindak dengan tanggung jawab. Penting bagi konsumen untuk menyadari bahwa mereka memiliki hak-hak yang dilindungi oleh

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga mereka dapat melakukan kontrol sosial terhadap perilaku dan praktik bisnis pelaku usaha dan pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sosiologi hukum (socio-legal research) yang mengadopsi pendekatan interdisipliner atau pendekatan "hibrida" yang menggabungkan aspek penelitian sosiologi dengan pendekatan normatif yang menerapkan analisis kualitatif. Hasil dari artikel ini menyatakan bahwa hukum perlindungan konsumen memiliki signifikansi yang besar dalam konteks kegiatan jual beli. Bagi pelaku usaha, hukum ini penting karena memberikan pedoman yang jelas mengenai praktik yang diizinkan dan melarang tindakan yang dapat merugikan konsumen. Sedangkan bagi konsumen, hukum perlindungan konsumen juga penting karena memberikan jaminan keamanan saat mereka terlibat dalam transaksi jual beli.
Kata Kunci : *Hukum Perlindungan Konsumen, Hak Konsumen,Jual Beli*

PENDAHULUAN

Transaksi jual beli adalah kegiatan yang sangat umum dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Setiap harinya, orang melakukan transaksi ini, melibatkan dua belah pihak, yaitu penjual yang merupakan pelaku usaha dan pembeli sebagai konsumen. Namun, dalam konteks jual beli, terkadang salah satu pihak, terutamanya konsumen, bisa mengalami kerugian. Sebagai contoh, kerugian ini dapat terjadi karena ketidakjujuran atau tindakan penipuan yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia telah merumuskan undang-undang perlindungan konsumen untuk mengatasi masalah ini. Namun, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami pentingnya undang-undang perlindungan konsumen, terutama dalam konteks kegiatan jual beli.

Tantangan yang dihadapi oleh konsumen tidak hanya berhubungan dengan pemilihan barang, tetapi masalahnya jauh lebih kompleks daripada itu. Hal ini melibatkan kesadaran dari semua pihak, termasuk pengusaha dan konsumen sendiri, mengenai pentingnya perlindungan konsumen. Pengusaha menyadari kewajiban mereka untuk menghormati hak-hak konsumen, seperti memproduksi barang dan jasa berkualitas yang aman untuk digunakan atau dikonsumsi, serta mematuhi standar yang berlaku dengan harga yang wajar. Sementara itu, pemerintah juga menyadari perlunya undang-undang dan peraturan yang mencakup semua sektor terkait dengan perpindahan barang dan jasa dari pelaku usaha ke konsumen. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengawasi implementasi peraturan dan undang- undang ini secara efektif.

Maksud dari penyelenggaraan, perkembangan, dan regulasi perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan harga diri dan kesadaran konsumen. Selain itu, hal ini secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas usaha mereka dengan tanggung jawab penuh. Penting bagi konsumen untuk menyadari bahwa mereka memiliki hak-hak yang dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang memungki nkan mereka untuk mengawasi tindakan dan perilaku pengusaha dan pemerintah. Dalam konteks perkembangan ekonomi, perdagangan, dan industri yang terus meningkat, konsumen telah

Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

diberikan banyak pilihan barang dan jasa yang beragam. Globalisasi dan perkembangan teknologi, informasi, dan telekomunikasi mendukung perdagangan internasional dan memberikan kebebasan yang besar dalam transaksi perdagangan, memudahkan konsumen dalam mengakses dan menggunakan berbagai barang dan jasa.

Penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengungkap mengapa pengetahuan tentang hukum perlindungan konsumen menjadi penting bagi pelaku usaha (penjual) dan konsumen (pembeli). Dengan demikian, penelitian ini akan mengulas sejauh mana signifikansinya memahami konsep hukum perlindungan konsumen, memberikan wawasan yang berharga, serta menjelaskan pentingnya hukum perlindungan konsumen baik bagi penjual maupun pembeli.

Penelitian ini bersifat deskriftif (menggambarkan), analisis (menguraikan). Setelah data terkumpul sedemikian, diolah sehingga menjadi terarah dan sistematis, mulai menuliskan data-data yang berkaitan dengan tema pembahasan, mengedit, mengklarifikasi, mereduksi dan menyajikan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada Penelitian ini adalah metode deskriptif hukum normatif . Pendekatan deskriptif digunakan untuk menguraikan data sekomprehensif mungkin mengenai individu dan fenomena terkait. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memperoleh gambaran yang akurat berdasarkan data yang telah diperoleh dan menghubungkan informasi satu sama lain untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa studi kepustakaan, yang bertujuan untuk menggali teori hukum, asas, doktrin, dan kaidah hukum yang relevan dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jual Beli

Aktivitas perdagangan dapat dijelaskan sebagai sebuah bentuk pertukaran barang yang memiliki nilai antara pihak penjual, yang menawarkan barang atau jasa, dan pihak pembeli, yang memperoleh barang atau jasa tersebut sesuai dengan persetujuan yang mereka buat. Secara sederhana, perdagangan adalah transaksi antara penjual, yang bisa merupakan seorang pelaku usaha, dan pembeli, yang sering disebut sebagai konsumen. Dalam setiap perjanjian perdagangan, terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu penjual dan pembeli. Penjual adalah individu atau entitas yang menjual barang atau layanan kepada konsumen atau pembeli. Pembeli, di sisi lain, adalah orang yang membeli barang khusus atau memanfaatkan layanan tertentu dan digolongkan sebagai konsumen. Namun, dalam aktivitas perdagangan, tidak selalu berjalan dengan lancar; ada kemungkinan adanya individu yang bertindak curang dan merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Oleh karena itu,

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

ada kebutuhan akan hukum yang mengatur proses transaksi perdagangan, sehingga tidak ada pihak yang menderita kerugian.[1]

Jual Beli dalam ajaran agama Islam sendiri hukumnya adalah halal, hal tersebut tercantum dalam Firman Allah Q.S Al-Baqarah ayat 275:

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰو

Terjemah: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”.

Transaksi jual beli yang sesuai dengan ajaran Islam adalah transaksi di mana semua elemen penting dan persyaratan jual beli dipenuhi, atau dengan kata lain, sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Hal yang serupa berlaku bagi warga Indonesia yang terlibat dalam aktivitas jual beli, di mana terdapat peraturan hukum yang mengatur aspek-aspek jual beli, termasuk hukum perlindungan konsumen.

Hukum PerlindunganKonsumen

Konsumen secara arti harfiahnya adalah orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu,atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang .Dalam UNdang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu UU no 8 tahun 1999 konsumen adalah setiap pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat ,baik bagi kepentingan diri sendiri ,keluarga,orang lain,maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[2] Konsumen sebagai peng-Indonesiaan istilah asing (Inggris) yaitu consumer, bahasa Belanda consument secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu"; atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang". ada juga yang mengartikan "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa".[3] Dari pengertian di atas terlihat bahwa ada pembedaan antar konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai perusahan atau badan hukum pembedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi).

UUPK menjelaskan konsumen sebagai seseorang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perdagangan. Definisi ini sejalan dengan pandangan bahwa konsumen adalah pengguna akhir, di mana tanpanya, barang dan/atau jasa tersebut tidak akan dibeli. Pasal 1 angka 1 UUPK mengartikan perlindungan konsumen sebagai upaya untuk memberikan kepastian hukum guna melindungi konsumen. Definisi perlindungan konsumen

[1] Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, Tentang Perlindungan Hukum, Jakarta : PT. Graha (2000) p.3
[2] Arrianto Mukti Wibowo, et.al., Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce, Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI (1999) p. 102.
[3] Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, (2001) p.8

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

dalam Pasal 1 angka 1 UUPK memberikan penjelasan yang jelas. Ungkapan "segala upaya yang menjamin kepastian hukum" diharapkan menjadi payung yang mencegah praktik sewenang-wenang yang dapat merugikan pelaku usaha demi kepentingan perlindungan konsumen.[4]

Perlindungan konsumen didasarkan pada prinsip manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan, dan kepastian hukum. Menurut Janus Sidabalok dalam bukunya "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," hukum perlindungan konsumen adalah kerangka hukum yang mengatur tindakan-tindakan untuk memastikan bahwa kepentingan konsumen dilindungi secara hukum. Pengertian konsumen dalam konteks umum mengacu pada individu yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa untuk tujuan tertentu. Namun, berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai individu yang menggunakan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perdagangan.[5]

Hukum perlindungan konsumen adalah sistem hukum yang berisi prinsip-prinsip dan aturan yang bertujuan untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Selain itu, hukum perlindungan konsumen juga berperan penting dalam menciptakan suasana yang aman dan nyaman dalam transaksi jual beli. Hukum perlindungan konsumen merangkum seluruh prinsip-prinsip dan aturan yang mengatur serta melindungi konsumen dalam konteks pengadaan dan penggunaan produk konsumen, baik dari perspektif penyedia produk (biasanya disebut penjual) maupun konsumen (biasanya disebut pembeli) dalam masyarakat.

Hukum perlindungan konsumen, atau hukum konsumen, dapat dijelaskan sebagai seperangkat peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang muncul dalam upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan. Definisi-definisi ini tentang hukum perlindungan konsumen sangat penting dalam menentukan tingkat perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen. Semakin luas makna istilah tertentu dalam hukum perlindungan konsumen, semakin besar peluang bagi konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum dan merasa aman. Pada tanggal 20 April 1999, Pemerintah Republik Indonesia mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tujuan dari undang-undang ini adalah memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada kedua pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha (seperti penjual dan pembeli), sehingga tidak ada pihak yang memiliki posisi yang lebih tinggi daripada pihak lainnya.[6]

Pentingnya Hukum PerlindunganKonsumen Bagi Penjual

[4] AZ. Nasution, Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999- LN 1999 No. 42, Makalah Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang (2001)p.5.
[5] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Raja Grafindo Persada, (2004)p.1
[6] Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi Jakarta: Grasindo (2004), p 3.

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

Meski bertujuan untuk melindungi konsumen, UU Perlindungan Konsumen tidak dimaksudkan untuk menghambat aktivitas pelaku usaha. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan para pelaku usaha semakin terpacu untuk meningkatkan daya saingnya dengan mengedepankan kepentingan konsumen. Undang-undang perlindungan konsumen mempunyai arti yang besar bagi penjual sebagai pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan tindakan yang dilarang oleh undang-undang, sekaligus melindungi pembeli sebagai konsumen dari kerugian. Jika penjual memahami undang-undang perlindungan konsumen dengan baik, maka mereka akan terhindar dari pelanggaran hukum dan menjalankan usahanya sesuai dengan peraturan yang berlaku.[7]

Berikut adalah salah satu contoh isi undang-undang yang perlu dipahami oleh penjual sebagai pelaku usaha agar mereka tidak melanggar hukum dan merugikan pembeli sebagai konsumen. Sebagai ilustrasi, ini termasuk dalam prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, beserta penjelasannya:[8]

1) Prinsip Manfaat - Konsumen dan pelaku usaha atau produsen berhak mendapatkan manfaat yang seimbang. Tidak boleh ada pihak yang merasakan manfaat sementara yang lain merasakan kerugian.
2) PrinsipKeadilan - Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat merasa diperlakukan secara adil dalam hal hak dan kewajiban yang mereka miliki, sehingga distribusi manfaat dan kewajiban dilakukan secara merata.
3) PrinsipKeseimbangan - Terdapat keseimbangan antara hak dan kewajiban produsen dan konsumen, sesuai dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen.
4) PrinsipKeamanan dan Keselamatan - Konsumen memiliki jaminan hukum bahwa produk yang mereka konsumsi atau gunakan tidak akan membahayakan keamanan jiwa dan harta mereka, dan bahwa mereka akan mendapatkan manfaat dari produk tersebut.
5) PrinsipKepastian Hukum - Memberikan kepastian hukum kepada produsen dan konsumen dalam mematuhi dan menjalankan peraturan hukum sesuai dengan hak dan kewajiban mereka, tanpa memberatkan satu pihak lebih dari yang lain. Negara bertanggung jawab dalam menjamin kepastian hukum.

Semua ini adalah prinsip-prinsip yang mendasari hukum perlindungan konsumen, dan penjual diharapkan memahaminya untuk menjalankan bisnis mereka dengan mematuhi peraturan yang berlaku serta menghindari melanggar hak konsumen.

Pentingnya Hukum PerlindunganKonsumenTerhadapPembeli

[7] Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Ed, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Mandar Maju, (2000) p.4
[8] Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi Jakarta: Grasindo (2004) P.12

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

Perlindungan konsumen dalam hukum merupakan aspek yang sangat vital dalam transaksi jual beli bagi pembeli, karena ini memastikan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian yang dapat dialami oleh pihak pembeli sebagai konsumen. Dalam konteks hukum ini, pembeli memiliki hak untuk menerima produk sesuai dengan informasi yang disediakan sebelumnya atau sesuai dengan janji yang dibuat oleh penjual sebagai pelaku usaha. Baik pembeli sebagai konsumen maupun penjual sebagai pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan manfaat tanpa ada pihak yang merasa dirugikan. Selain itu, transparansi informasi juga menjadi indikator utama yang diikuti oleh pelaku usaha dalam berhubungan dengan konsumen, hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan bagi konsumen sebagai pengguna produk atau barang yang dibeli.[9]

Berikut dua contoh isi undang-undang yang perlu pembeli selaku konsumen pahami agar nantinya dapat menghasilkan rasa aman dan kepercayaan ketika akan membeli suatu barang ataupun jasa. Contoh pertama yaitu tujuan hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

Berikut adalah parafrase dari kalimat tersebut:

1) Membangkitkankesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen agar dapat melindungi diri sendiri.
2) Meningkatkanmartabat dan harga diri konsumen dengan cara menghindari dampak negatif dari penggunaan barang dan jasa.
3) Memberdayakankonsumendalampemilihan, penentuan, dan penuntutan hak-hak mereka sebagai konsumen.
4) Menciptakansistemperlindungankonsumen yang didasarkan pada kepastian hukum, transparansi informasi, dan akses informasi.
5) Memupukkesadaranpelakuusaha tentang pentingnya perlindungan konsumen, sehingga mereka memiliki sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam usaha mereka.
6) Meningkatkankualitasbarang dan jasa untuk memastikan kelangsungan produksi, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatankonsumen.

Contoh lainnya adalah mengenai hak-hak konsumen yang dijelaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, seperti berikut:

1) Hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan barang dan jasa.
2) Hak untuk memilih barang dan jasa, dan menerima mereka sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan.
3) Hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.

[9] Sri Redjiki Hartono, "Perlindungan Konsumen di Indonesia (Tinjauan Makro)", Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Edisi Khusus No. 39/X/2001.

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

4) Hak untuk mengemukakan pendapat dan keluhan tentang barang dan jasa yang mereka gunakan.
5) Hak untuk mendapatkan dukungan, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil. Hak untuk mendapatkan edukasi dan pelatihan mengenai konsumen.
6) Hak untuk diperlakukan dengan benar, jujur, dan tanpa diskriminasi.
7) Hak untuk menerima kompensasi, penggantian, atau ganti rugi jika barang dan jasa yang mereka terima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang seharusnya.
8) Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

KESIMPULAN

Secara umum jual beli merupakan suatu proses transaksi antara penjual dan pembeli yang melibatkan dua pihak utama yaitu penjual yang menyediakan barang atau jasa kepada konsumen atau pembeli. Pembeli, sebaliknya, adalah individu yang memperoleh barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, yang disebut juga konsumen. Di Indonesia, terdapat undang-undang yang berkaitan dengan transaksi jual beli, salah satunya adalah undang-undang perlindungan konsumen. Hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat dijelaskan sebagai serangkaian peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Undang-undang perlindungan konsumen sangat penting bagi penjual sebagai pelaku usaha, karena dapat mencegah penjual melakukan tindakan yang dilarang oleh undang-undang dan juga melindungi pembeli sebagai konsumen dari kerugian. Ketika penjual memahami undang-undang perlindungan konsumen, maka mereka akan menjalankan usahanya sesuai dengan peraturan yang berlaku, sehingga tidak melanggar hukum. Di sisi pembeli, undang-undang perlindungan konsumen juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam transaksi jual beli. Hal ini menjaga keamanan dan mencegah kerugian bagi pembeli sebagai konsumen. Selain itu, undang-undang ini memberikan hak kepada pembeli untuk memperoleh produk yang sesuai dengan informasi yang diberikan sebelumnya atau sesuai dengan janji yang diberikan oleh penjual sebagai pelaku usaha..

SARAN

Kesadaran konsumen bahwa dirinya mempunyai hak, kewajiban dan perlindungan hukum terhadap dirinya harus diberdayakan dengan meningkatkan kualitas pendidikan yang layak bagi mereka, mengingat faktor utama terjadinya perlakuan sewenang-wenang yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan akan konsumen. konsumen mengenai haknya sebagai konsumen dan kewajibannya sebagai konsumen.

Hukum dan Demokrasi (HD)
Vol 24 No 2 (2024) 72-80 P-ISSN 1411-9765 E-ISSN :3021-825X
DOI: 10.61234/hd.v24i2.55

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, (2000) Tentang Perlindungan Hukum, Jakarta : PT. Graha

Arrianto Mukti Wibowo, et.al., (1999) Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce, Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI

AZ. Nasution, (2001) Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999- LN 1999 No. 42, Makalah Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, (2004) Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Raja Grafindo Persada,

Shidarta, (2004) Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi Jakarta: Grasindo

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Ed, (2000) Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Mandar Maju,

Sri Redjiki Hartono, "Perlindungan Konsumen di Indonesia (Tinjauan Makro)", Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Edisi Khusus No. 39/X/2001.