

Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia

Hani Riadho Nasution¹, Abd. Harris².

^{1, 2}Program Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara.

*e-mail: haniriadhonst@gmail.com

Abstrak: Kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha di Indonesia merupakan isu penting yang perlu dikaji secara mendalam, mengingat konsumen sering berada pada posisi yang lemah dalam praktik transaksi, terutama akibat dominasi pelaku usaha dalam menentukan syarat-syarat perjanjian serta keterbatasan konsumen dalam memahami hak-hak hukumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kedudukan hukum konsumen dalam hubungannya dengan pelaku usaha, mengkaji bentuk perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan KUH Perdata, serta menemukan kendala dan solusi dalam mewujudkan keseimbangan kedudukan hukum antara kedua belah pihak. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus, didukung oleh analisis kualitatif terhadap data sekunder berupa literatur, peraturan perundang-undangan, dan putusan pengadilan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa meskipun UUPK dan KUH Perdata telah memberikan perlindungan yang jelas bagi konsumen dan pelaku usaha, praktik di lapangan masih menghadapi kendala berupa lemahnya penegakan hukum, rendahnya kesadaran hukum masyarakat, dan minimnya tanggung jawab sebagian pelaku usaha, sehingga dibutuhkan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta edukasi hukum untuk menciptakan hubungan yang adil, seimbang, dan harmonis antara konsumen dan pelaku usaha.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Pelaku Usaha.

Sitasi: 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>

1. Pendahuluan

Kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha merupakan topik yang semakin mendapatkan perhatian seiring dengan meningkatnya dinamika perdagangan dan perkembangan ekonomi di Indonesia. Konsumen tidak hanya dipandang sebagai penerima akhir barang atau jasa, tetapi juga merupakan subjek hukum yang memiliki hak-hak dasar untuk mendapatkan perlindungan. Sementara itu, pelaku usaha memiliki posisi strategis dalam menyediakan produk sekaligus kewajiban untuk menjamin keamanan, kualitas, dan kejujuran dalam setiap transaksi (Patricia, 2024).

Perkembangan teknologi, digitalisasi perdagangan, dan terbukanya pasar bebas telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Di satu sisi, konsumen memperoleh keuntungan karena semakin mudahnya mengakses dan memperoleh barang maupun jasa. Namun, di sisi lain, kondisi tersebut juga menimbulkan kerentanan yang membuat konsumen berada dalam posisi lemah dibandingkan pelaku usaha. Ketidakseimbangan ini tercermin dari dominasi pelaku usaha dalam menguasai informasi, menentukan harga, serta mengendalikan distribusi, yang pada akhirnya memunculkan praktik-praktik merugikan seperti iklan menyesatkan, standar produk yang tidak sesuai, hingga perjanjian baku yang memberatkan konsumen (Amory & Mudo, 2025).

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya Pasal 1 angka 3, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Definisi ini menunjukkan bahwa cakupan pelaku usaha sangat luas, meliputi individu maupun badan usaha, baik di bidang produksi, distribusi, maupun penyediaan jasa.

Pertumbuhan dan perkembangan industri barang dan jasa di satu sisi membawa dampak positif, antara lain tersedianya kebutuhan dalam jumlah yang mencukupi, meningkatnya mutu barang dan jasa, serta tersedianya alternatif pilihan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Namun di sisi lain, persaingan yang semakin ketat juga menimbulkan dampak negatif, terutama ketika pelaku usaha hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan sebesar-besarnya sesuai dengan prinsip ekonomi. Dalam praktiknya, upaya mencari keuntungan tersebut sering diwujudkan melalui perilaku bisnis yang justru berpotensi merugikan konsumen (Tanjung et al., 2025).

Konsumen perlu mendapatkan perlindungan hukum dari kemungkinan kerugian akibat praktik bisnis yang curang dan tidak sehat. Perlindungan konsumen di Indonesia pada dasarnya merupakan isu yang relatif baru dalam perkembangan peraturan perundang-undangan, meskipun wacana tentang pentingnya regulasi yang komprehensif telah lama digaungkan. Sebelum lahirnya UUPK, praktik monopoli dan ketiadaan instrumen perlindungan hukum telah menempatkan konsumen pada posisi yang sangat lemah dalam menghadapi pelaku usaha. Tidak adanya alternatif pilihan bagi konsumen, dominasi perjanjian baku yang cenderung merugikan, serta informasi semu yang diberikan pelaku usaha, menjadi gambaran nyata betapa tidak seimbangannya hubungan antara konsumen dan pelaku usaha di Indonesia. Lebih lanjut, sistem peradilan yang dianggap rumit, bertele-tele, dan relatif mahal turut memperburuk keadaan, karena konsumen seringkali tidak mengetahui secara jelas apa yang menjadi hak-haknya maupun kewajibannya dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha. Akibatnya, banyak konsumen memilih untuk pasrah terhadap praktik bisnis yang merugikan, sehingga semakin mempertegas ketidakberdayaan konsumen di hadapan pelaku usaha yang lebih dominan (Widijantoro et al., 2020).

Sistem hukum di Indonesia tidak hanya memberikan perlindungan bagi konsumen, tetapi juga mengatur dan melindungi kepentingan pelaku usaha. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha menjadi penting karena dalam menjalankan kegiatan bisnis, pelaku usaha tidak hanya berkewajiban menghormati hak-hak konsumen, tetapi juga memiliki hak yang diakui dan dijamin oleh hukum. Dalam konteks hukum perdata, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha pada dasarnya adalah hubungan kontraktual yang tunduk pada ketentuan Buku III KUHPerdata tentang perikatan. Pasal 1338 KUHPerdata menegaskan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Dengan demikian, pelaku usaha berhak mendapatkan kepastian bahwa kontrak atau perjanjian yang dibuat dengan konsumen harus dihormati, selama tidak bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku (Putri et al., 2025).

Pasal 6 UUPK secara jelas mengatur bahwa pelaku usaha berhak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, memperoleh perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik, serta melakukan pembelaan diri secara patut dalam penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun UUPK pada dasarnya mengatur perlindungan terhadap konsumen, namun juga tetap memberikan jaminan hak-hak dasar bagi pelaku usaha agar tercipta keseimbangan dalam hubungan hukum antara kedua belah pihak (Setyawati et al., 2017).

Kaitannya dengan KUHPerdata, Pasal 1339 KUHPerdata menyatakan bahwa perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang secara tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diwajibkan oleh kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang. Ketentuan ini melindungi pelaku usaha dari tuntutan yang berlebihan dari konsumen, selama pelaku usaha telah menjalankan kewajibannya sesuai dengan norma kepatutan, kebiasaan yang berlaku, dan ketentuan hukum. Dengan kata lain, hukum perdata memberikan batasan yang jelas agar pelaku usaha tidak selalu diposisikan sebagai pihak yang salah dalam setiap sengketa dengan konsumen (Saly & Putro, 2024).

Lebih jauh, sistem hukum juga memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk mendapatkan perlindungan dari konsumen yang beritikad tidak baik. Pasal 7 huruf g UUPK menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberi kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen akibat penggunaan barang atau jasa. Namun, di sisi lain, Pasal 19 ayat (5) UUPK juga menyatakan bahwa kewajiban memberikan ganti rugi tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kerugian konsumen disebabkan oleh kesalahan konsumen sendiri. Dengan demikian, hukum memberikan perlindungan timbal balik, di mana konsumen berhak atas ganti rugi apabila dirugikan, namun pelaku usaha juga tidak dapat dibebani tanggung jawab apabila kerugian tersebut akibat kelalaian atau kesalahan konsumen (Anugrah & Setiawan, 2022).

Dalam konteks transaksi perjanjian, perlindungan hukum terhadap pelaku usaha juga dapat ditemukan pada Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur syarat sahnya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat

perikatan, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal. Apabila syarat-syarat ini terpenuhi, maka perjanjian yang dibuat antara pelaku usaha dan konsumen adalah sah dan mengikat. Artinya, pelaku usaha berhak menuntut agar konsumen memenuhi kewajiban yang telah disepakati, misalnya membayar harga barang atau jasa sesuai kontrak. Perlindungan ini sangat penting agar pelaku usaha tidak menjadi pihak yang selalu dirugikan akibat wanprestasi dari konsumen (Kamilah et al., 2025).

Selain itu, Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Ketentuan ini berlaku bagi kedua belah pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen. Dengan adanya prinsip itikad baik, pelaku usaha berhak menuntut konsumen agar bertindak jujur dan tidak menyalahgunakan posisinya dalam setiap transaksi. Misalnya, konsumen tidak boleh menuntut ganti rugi atas kerusakan barang yang terjadi akibat kelalaiannya sendiri, atau tidak boleh menyalahgunakan kebijakan garansi yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian, hukum menempatkan pelaku usaha dan konsumen dalam posisi yang seimbang.

Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha juga terlihat dari adanya ketentuan dalam UUPK yang mengatur tentang hak untuk membela diri. Pasal 6 huruf c UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha berhak melakukan pembelaan diri secara patut dalam penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang konkret, karena dalam praktik seringkali pelaku usaha langsung dianggap bersalah ketika terjadi sengketa. Dengan adanya hak pembelaan diri, pelaku usaha diberi kesempatan yang adil untuk membuktikan bahwa dirinya telah melaksanakan kewajiban sesuai ketentuan hukum dan perjanjian dengan konsumen (Saputra, 2019).

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa sistem hukum di Indonesia membangun perlindungan hukum yang bersifat timbal balik antara konsumen dan pelaku usaha. KUHPerdara memberikan dasar hukum mengenai perikatan, perjanjian, dan itikad baik, yang menjadi landasan perlindungan bagi pelaku usaha agar hak-haknya dihormati dalam setiap hubungan kontraktual. Sementara itu, UUPK melengkapi dengan mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha secara spesifik, termasuk hak atas perlindungan hukum, pembayaran sesuai kesepakatan, serta hak untuk membela diri. Keseluruhan ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hukum Indonesia tidak hanya berpihak pada konsumen, tetapi juga menjaga kepentingan pelaku usaha agar tercipta keseimbangan dalam hubungan hukum di bidang perdagangan (Halim, 2022).

Kajian mengenai hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha di Indonesia pada umumnya masih berfokus pada perlindungan konsumen semata, khususnya mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UUPK. Sementara itu, aspek perlindungan hukum bagi pelaku usaha sendiri masih jarang dikaji secara mendalam. Kebanyakan literatur hanya menempatkan pelaku usaha sebagai pihak yang berpotensi merugikan konsumen tanpa memperhatikan bahwa pelaku usaha juga memiliki hak-hak hukum yang dijamin oleh KUH Perdata maupun UUPK, seperti hak untuk menerima pembayaran sesuai perjanjian, hak atas perlindungan dari konsumen yang beritikad tidak baik, dan hak untuk melakukan

pembelaan diri. Kekosongan penelitian ini menimbulkan kesan bahwa sistem hukum Indonesia hanya berpihak pada konsumen, padahal secara normatif hukum telah mengatur keseimbangan posisi antara kedua belah pihak. Dengan demikian, terdapat celah penelitian (research gap) untuk mengkaji ulang bagaimana kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha di Indonesia, tidak hanya dari perspektif perlindungan konsumen, tetapi juga dalam kerangka perlindungan hukum yang adil dan timbal balik bagi pelaku usaha (Sholihan et al., 2024).

Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensif yang tidak hanya menyoroti kedudukan konsumen sebagai subjek yang lemah dan perlu dilindungi, tetapi juga mengaitkan dengan perlindungan hukum yang diberikan kepada pelaku usaha. Penelitian ini menempatkan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha sebagai suatu sistem yang saling terkait, di mana kedua belah pihak memiliki hak dan kewajiban yang setara dalam koridor hukum perdata dan UUPK. Dengan menyoroti aspek perlindungan timbal balik, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi ilmiah berupa model analisis keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung bias ke arah perlindungan konsumen saja. Oleh karena itu, novelty penelitian ini adalah menawarkan perspektif baru bahwa perlindungan konsumen tidak dapat dilepaskan dari perlindungan terhadap pelaku usaha, sehingga tercipta hubungan hukum yang berkeadilan, seimbang, dan adaptif terhadap perkembangan perdagangan modern, termasuk transaksi berbasis digital (Kriswandar, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha di Indonesia, bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha menurut UUPK dan KUH Perdata dan bagaimana kendala dan solusi dalam menciptakan keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha (Masrukhin, 2023).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang berfokus pada norma atau kaidah hukum positif yang berlaku. Data utama diperoleh dari bahan hukum primer berupa KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan bahan hukum sekunder, yaitu literatur, buku, jurnal hukum, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Analisis dilakukan secara kualitatif, yakni dengan menelaah dan menginterpretasikan ketentuan peraturan perundang-undangan serta doktrin hukum untuk menemukan pemahaman komprehensif mengenai kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam hubungan hukum di Indonesia (Wiraguna, 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia

Kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha merupakan aspek penting dalam sistem perlindungan hukum di Indonesia. Dalam praktiknya, konsumen sering berada pada posisi yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, baik dari sisi pengetahuan, akses informasi, maupun kekuatan tawar-menawar. Hal ini menyebabkan terjadinya hubungan yang tidak seimbang, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian di pihak konsumen apabila tidak ada regulasi yang tegas dan mekanisme perlindungan yang memadai (Sinaga et al., 2025).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai instrumen hukum yang menegaskan hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, dengan tujuan menciptakan hubungan yang seimbang dan adil. Melalui regulasi ini, negara berupaya memberikan jaminan kepastian hukum, keadilan, serta perlindungan terhadap konsumen agar tidak dirugikan dalam transaksi dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, memahami kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha menjadi penting untuk melihat sejauh mana perlindungan hukum tersebut dapat berjalan secara efektif (Halim, 2022).

Upaya memberikan perlindungan kepada konsumen di Indonesia telah diregulasikan ke dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam Pasal 4 UUPK konsumen memiliki hak sebagai berikut (Kriswandar, 2024):

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya mengancam kesehatan, jiwa, dan harta bendanya karena memakai atau mengonsumsi produk;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hal ini sangat penting karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai;
- d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk, dengan melalui jalur hukum;

- e. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Hak konsumen ini memegang peranan penting agar konsumen dapat lebih mengetahui dan memahami peranannya sebagai pelaku pasar yang bertanggung jawab;
- f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, artinya bahwa setiap konsumen memiliki hak yang sama berdasarkan ketentuan Pasal 27 UUD 1945;
- g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pasal 19 Ayat (1) UUPK secara tegas memberikan jaminan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, seperti pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.
- h. Hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya. Hal ini memberikan pengertian bahwa hak-hak konsumen tidak terbatas hanya sebagaimana diatur dalam UUPK, tetapi dimungkinkan ada hak-hak konsumen tambahan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang lain, seperti misalnya peraturan perundang-undangan terkait perbankan, kesehatan dan lain sebagainya.

Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha pada dasarnya lahir dari perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam KUHPerduta. Pasal 1457 KUHPer menyebutkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dari ketentuan ini dapat dipahami bahwa hubungan hukum konsumen dan pelaku usaha didasarkan pada kesepakatan, namun dalam kenyataannya konsumen sering kali tidak memiliki posisi tawar yang seimbang dalam menentukan isi perjanjian (Fauzi & Ansari, 2020).

Kelemahan posisi konsumen semakin nyata dalam praktik perjanjian baku atau *standard contract* yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha. Dalam situasi ini, konsumen hanya memiliki dua pilihan, yaitu menerima seluruh klausul yang ada atau menolak transaksi. Hal ini tentu menempatkan konsumen pada posisi yang tidak menguntungkan, terutama ketika terdapat klausul yang merugikan. Untuk mengatasi kondisi ini, UUPK dalam Pasal 18 melarang pelaku usaha mencantumkan klausul baku yang menyatakan pengalihan tanggung jawab, penolakan pengembalian barang, atau pemberian kuasa sepihak yang merugikan konsumen (Sholihan et al., 2024).

Selain itu, perlindungan konsumen juga berkaitan erat dengan prinsip *good faith* (itikad baik) sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerduta. Perjanjian yang sah menurut hukum tidak hanya mengikat apa yang secara tegas disepakati, tetapi juga apa yang menurut sifat perjanjian diwajibkan oleh kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang. Dengan demikian, pelaku usaha dituntut untuk beritikad baik dalam melaksanakan perjanjian, tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga memperhatikan kepentingan konsumen. Hal ini penting agar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha berjalan secara adil dan proporsional (Purwani & Suraji, 2024).

Dari perspektif yuridis, kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha bertujuan untuk menyeimbangkan relasi yang timpang antara keduanya. UUPK dan KUHPer memberikan payung hukum yang jelas bagi konsumen untuk memperoleh perlindungan, sekaligus memastikan bahwa pelaku usaha tidak kehilangan haknya. Sistem hukum Indonesia menempatkan konsumen bukan sekadar sebagai objek transaksi, melainkan subjek hukum yang memiliki kedudukan setara dengan pelaku usaha. Dengan cara ini, keadilan dan kepastian hukum diharapkan dapat terwujud dalam setiap aktivitas bisnis (Sulistyaningrum, 2017).

Pada akhirnya, kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha di Indonesia menunjukkan adanya transformasi hukum dari sistem yang semula hanya mengandalkan asas kebebasan berkontrak menuju sistem yang lebih melindungi pihak yang lemah. Kehadiran UUPK dan penguatan prinsip itikad baik dalam KUHPerdata menjadi bukti bahwa negara berperan aktif dalam menyeimbangkan hubungan hukum tersebut. Dengan adanya perlindungan hukum yang komprehensif, diharapkan tercipta iklim usaha yang sehat sekaligus memberikan jaminan keadilan bagi konsumen (Kriswandaru, 2024).

Salah satu kasus yang cukup menyoroti perlindungan konsumen adalah kasus First Travel pada tahun 2017. Dalam kasus ini, ribuan konsumen dirugikan karena gagal berangkat umrah setelah membayar penuh biaya perjalanan kepada pihak biro perjalanan. Konsumen berada pada posisi yang lemah karena tidak memiliki akses langsung untuk memastikan realisasi layanan yang dijanjikan oleh pelaku usaha. Putusan pengadilan akhirnya menjatuhkan pidana kepada pemilik biro perjalanan, namun dari aspek perlindungan konsumen, banyak jamaah yang tidak mendapatkan ganti rugi sesuai dengan kerugian yang dialami. Kasus ini menunjukkan lemahnya perlindungan konsumen, khususnya dalam hal pemulihan kerugian, meskipun sudah ada UUPK (Amory & Mudo, 2025).

Contoh lain adalah kasus air mineral dalam kemasan (AMDK) palsu yang beredar di beberapa daerah. Banyak pelaku usaha kecil mendaur ulang botol kemasan merek terkenal kemudian mengisinya dengan air yang tidak terjamin kualitasnya. Konsumen yang membeli produk tersebut dengan keyakinan bahwa produk berasal dari perusahaan resmi akhirnya dirugikan, baik secara ekonomi maupun potensi kesehatan. Dalam hal ini, perlindungan konsumen dijalankan melalui pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan penipuan (Hutagalung et al., 2021).

Kasus lain yang menarik adalah sengketa konsumen dengan maskapai penerbangan terkait keterlambatan (*delay*) dan pembatalan penerbangan. Banyak konsumen yang mengeluhkan tidak adanya kompensasi yang sepadan, meskipun telah diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 77 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Pengangkut Angkutan Udara. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih sulit memperjuangkan hak-haknya meskipun regulasi sudah ada, karena faktor birokrasi, rendahnya kesadaran hukum, dan dominasi pelaku usaha (Arifin, 2020).

Kasus-kasus tersebut menggambarkan bahwa meskipun perlindungan konsumen telah diatur dalam UUPK maupun KUHPer, implementasi di lapangan masih menghadapi tantangan serius. Konsumen sering kali kesulitan mendapatkan ganti rugi atau pemulihan haknya, sementara pelaku usaha memiliki kemampuan yang lebih besar dalam memanfaatkan kelemahan konsumen. Oleh karena itu, keberadaan lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan intervensi pemerintah sangat penting untuk menyeimbangkan kedudukan hukum konsumen dengan pelaku usaha di Indonesia (Putri et al., 2025).

3.2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut UUPK dan KUH Perdata

Perlindungan hukum merupakan aspek fundamental dalam menjaga keseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam praktiknya, hubungan hukum antara keduanya tidak selalu seimbang, karena konsumen sering kali berada pada posisi lemah dalam hal informasi, kemampuan ekonomi, dan akses keadilan (Suryani & Ginting, 2024).

Menurut UUPK, konsumen memiliki hak-hak dasar sebagaimana diatur dalam Pasal 4, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; hak untuk memilih serta mendapatkan barang/jasa sesuai nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan; serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Di sisi lain, Pasal 6 UUPK juga memberikan perlindungan kepada pelaku usaha, antara lain hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan, hak mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik, serta hak untuk melakukan pembelaan dalam penyelesaian sengketa konsumen. Sehingga UUPK tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga memastikan bahwa pelaku usaha tetap memiliki kepastian hukum dalam menjalankan kegiatannya (Kriswandaru, 2024).

KUH Perdata juga memberikan dasar hukum hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, khususnya dalam hal perjanjian. Pasal 1313 KUH Perdata mendefinisikan perjanjian sebagai suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Setiap transaksi antara konsumen dan pelaku usaha sesungguhnya merupakan suatu perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban timbal balik. Apabila pelaku usaha tidak memenuhi prestasi sebagaimana disepakati, maka ia dapat dianggap wanprestasi sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata, yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan (konsumen) untuk menuntut ganti rugi (Patricia, 2024).

Sebaliknya, KUH Perdata juga melindungi pelaku usaha dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik. Misalnya, apabila konsumen tidak melaksanakan kewajiban membayar harga barang/jasa yang telah diterima, maka pelaku usaha berhak menuntut pemenuhan perikatan atau ganti rugi berdasarkan ketentuan Pasal 1239 KUH Perdata. Artinya, KUH Perdata menyediakan mekanisme keseimbangan agar hak dan kewajiban masing-masing pihak tetap terlindungi secara adil (Hamdaliah, 2016).

Selain itu, UUPK juga menegaskan adanya larangan bagi pelaku usaha dalam Pasal 8–17, misalnya melarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar, memberikan informasi yang menyesatkan, atau melakukan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Larangan-larangan ini bertujuan untuk mencegah praktik bisnis tidak sehat yang berpotensi merugikan konsumen. Namun demikian, dalam Pasal 7, pelaku usaha juga diberikan kewajiban yang proporsional, antara lain beritikad baik, memberikan informasi yang benar, serta menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Patricia, 2024).

Perlindungan hukum yang seimbang ini penting untuk mencegah lahirnya hubungan yang timpang. UUPK berperan sebagai hukum khusus (*lex specialis*) yang mengatur secara lebih rinci mengenai perlindungan konsumen, sementara KUH Perdata tetap menjadi landasan hukum umum (*lex generalis*) yang mendasari prinsip perjanjian antara para pihak. Dengan adanya sinkronisasi antara keduanya, konsumen memperoleh jaminan terhadap hak-haknya, sedangkan pelaku usaha tetap memiliki ruang kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usaha (Murni et al., 2018).

Implementasi perlindungan hukum ini juga ditopang oleh keberadaan lembaga penyelesaian sengketa, baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur pengadilan. BPSK memberikan akses penyelesaian sengketa yang relatif cepat, murah, dan sederhana bagi konsumen, sedangkan pengadilan memberikan ruang penyelesaian yang lebih formal. Bagi pelaku usaha, keberadaan lembaga ini juga memberikan kesempatan untuk membela diri dari tuntutan konsumen, sehingga tercapai penyelesaian yang adil (Masrukhin, 2023).

Dari uraian tersebut, dapat dilihat bahwa perlindungan hukum dalam konteks hubungan antara konsumen dan pelaku usaha di Indonesia tidak hanya menitikberatkan pada salah satu pihak, melainkan berupaya menciptakan keseimbangan. Perlindungan konsumen diposisikan sebagai upaya melindungi pihak yang lemah, sementara perlindungan terhadap pelaku usaha ditujukan untuk menjaga iklim usaha yang sehat dan berkeadilan. Kedua perangkat hukum, baik UUPK maupun KUH Perdata, pada akhirnya harus dipahami sebagai instrumen yang saling melengkapi demi tercapainya kepastian hukum dan keadilan bagi semua pihak (Widijantoro et al., 2020).

3.3. Kendala dan Solusi dalam Menciptakan Keseimbangan Kedudukan Hukum antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha merupakan cita-cita yang hendak diwujudkan melalui regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan ketentuan dalam KUH Perdata. Namun, implementasi di lapangan menunjukkan bahwa keseimbangan tersebut masih jauh dari harapan. Konsumen pada kenyataannya sering menempati posisi yang lemah karena keterbatasan informasi, akses keadilan, serta daya tawar dalam transaksi, sedangkan pelaku usaha memiliki kekuatan yang lebih besar dalam menentukan isi kontrak, harga, dan distribusi produk. Kondisi ini menimbulkan

ketidakadilan, karena hubungan yang seharusnya bersifat timbal balik justru terjebak dalam dominasi sepihak oleh pelaku usaha (Sinaga et al., 2025).

Salah satu kendala utama adalah ketimpangan informasi antara konsumen dan pelaku usaha. Pelaku usaha pada umumnya menguasai seluruh informasi mengenai produk yang ditawarkan, mulai dari kualitas, komposisi, hingga risiko yang melekat. Sebaliknya, konsumen hanya menerima informasi sebatas yang diberikan oleh pelaku usaha, bahkan sering kali informasi tersebut tidak disampaikan secara jujur dan lengkap. Hal ini menimbulkan kerugian karena konsumen tidak dapat membuat keputusan yang tepat, misalnya dalam kasus iklan menyesatkan, label produk yang tidak sesuai, atau layanan jasa yang berbeda dari perjanjian. Ketimpangan ini menjadi semakin nyata dengan berkembangnya perdagangan digital, di mana konsumen hanya bisa menilai produk berdasarkan deskripsi online tanpa kesempatan memverifikasi langsung kualitas barang (Masrukhin, 2023).

Kendala berikutnya adalah kelemahan dalam penegakan hukum. Meskipun UUPK telah memberikan dasar perlindungan yang cukup komprehensif, mekanisme penegakan hukum sering tidak berjalan efektif. Konsumen yang dirugikan menghadapi hambatan berupa biaya perkara yang tinggi, proses peradilan yang panjang, dan birokrasi yang berbelit. Sementara itu, pelaku usaha yang seharusnya dikenai sanksi hukum sering kali dapat menghindari melalui berbagai celah hukum atau kelemahan pengawasan. Situasi ini menimbulkan ketidakpastian hukum yang merugikan kedua belah pihak, karena di satu sisi konsumen tidak terlindungi, dan di sisi lain pelaku usaha yang patuh merasa tidak memperoleh keadilan akibat adanya kompetitor yang melanggar aturan tetapi tidak ditindak tegas (Sudrajat & Yusuf, 2024).

Kendala lain yang tidak kalah penting adalah rendahnya kesadaran hukum masyarakat, baik dari pihak konsumen maupun pelaku usaha. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK, sehingga enggan menuntut meskipun dirugikan. Seringkali kerugian dianggap sebagai risiko biasa dalam transaksi, bukan sebagai pelanggaran hukum yang dapat dituntut. Sebaliknya, pelaku usaha juga kerap mengabaikan kewajibannya karena menilai bahwa kepatuhan hukum akan menambah biaya produksi atau mengurangi keuntungan. Rendahnya kesadaran hukum ini diperparah oleh minimnya edukasi publik serta kurangnya peran pemerintah dalam sosialisasi UUPK kepada masyarakat luas (Agustini et al., 2024).

Masalah klasik lain adalah perjanjian baku atau *standard contract* yang masih marak digunakan dalam berbagai sektor, seperti perbankan, jasa transportasi, telekomunikasi, hingga jual beli online. Perjanjian baku sering disusun secara sepihak oleh pelaku usaha dengan klausula yang membatasi tanggung jawab atau bahkan membebaskan mereka dari segala risiko. Konsumen hampir tidak memiliki ruang untuk menegosiasikan isi perjanjian tersebut, sehingga kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata menjadi semu dan timpang. Akibatnya, konsumen terpaksa menerima isi perjanjian meskipun merugikan, karena

tidak adanya alternatif yang lebih baik. Situasi ini mempertegas lemahnya kedudukan hukum konsumen dalam praktik transaksi di Indonesia (Soeharso et al., 2025).

Untuk mengatasi kendala 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 fungsi pengawasannya secara tegas dan independen. Produk yang tidak sesuai standar, iklan menyesatkan, atau perjanjian baku yang merugikan konsumen harus ditindak dengan sanksi tegas agar pelaku usaha tidak merasa bebas melakukan pelanggaran. Selain itu, regulasi juga perlu diperbarui mengikuti perkembangan zaman, misalnya perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang semakin kompleks (Novita & Santoso, 2021).

Solusi berikutnya adalah peningkatan kesadaran hukum masyarakat melalui edukasi dan sosialisasi. Konsumen perlu memahami hak-haknya sehingga berani menuntut ketika dirugikan, sementara pelaku usaha harus menyadari bahwa kepatuhan hukum bukan sekadar kewajiban, melainkan juga strategi bisnis jangka panjang untuk membangun kepercayaan konsumen. Pendidikan hukum masyarakat dapat dilakukan melalui kampanye publik, kurikulum pendidikan, serta peran media dalam menyebarkan informasi yang benar mengenai hak dan kewajiban dalam transaksi (Apriani, 2019).

Selain itu, reformasi dalam mekanisme penyelesaian sengketa konsumen juga sangat diperlukan. Proses penyelesaian melalui BPSK harus lebih sederhana, cepat, dan murah, sehingga konsumen memiliki akses yang lebih besar terhadap keadilan. Alternatif penyelesaian sengketa seperti mediasi dan arbitrase konsumen juga dapat diperkuat agar tercapai solusi win-win antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam jangka panjang, hal ini akan meningkatkan kepastian hukum, menumbuhkan iklim usaha yang sehat, serta mendorong kepercayaan publik terhadap sistem hukum (Izazi et al., 2024).

Akhirnya, keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha hanya dapat tercapai jika ada sinergi antara regulasi yang tegas, penegakan hukum yang konsisten, dan kesadaran hukum dari semua pihak. Perlindungan konsumen tidak boleh diartikan sebagai bentuk kriminalisasi terhadap pelaku usaha, melainkan sebagai upaya menciptakan hubungan hukum yang adil, wajar, dan sehat. Begitu pula perlindungan pelaku usaha harus dipahami sebagai jaminan kepastian hukum dalam berusaha, bukan sebagai legitimasi untuk mengabaikan hak-hak konsumen. Dengan demikian, tujuan utama hukum, yakni menciptakan keadilan dan keseimbangan dalam masyarakat, dapat benar-benar terwujud dalam praktik hubungan antara konsumen dan pelaku usaha di Indonesia (Mutiara & Ginting, 2023).

4. Penutup

Kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha di Indonesia, dapat ditegaskan bahwa konsumen masih berada dalam posisi yang lemah karena keterbatasan akses informasi, minimnya pemahaman atas hak-hak hukum, serta

dominasi pelaku usaha dalam menentukan syarat-syarat perjanjian. Meski UUPK dan KUH Perdata telah menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang harus dilindungi, praktik di lapangan menunjukkan masih sering terjadi pelanggaran, seperti pemberlakuan klausula baku yang merugikan konsumen, penyalahgunaan posisi tawar oleh pelaku usaha, serta kelalaian dalam pemenuhan standar produk dan jasa. Dalam konteks perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha, regulasi sebenarnya telah memberikan landasan yang jelas untuk menjamin keseimbangan hak dan kewajiban, di mana konsumen berhak memperoleh rasa aman, keadilan, serta kepastian atas barang dan jasa, sementara pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan dari tuntutan yang tidak beralasan selama mereka beritikad baik dalam menjalankan usahanya. Namun, keberadaan aturan hukum tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan secara efektif, sehingga posisi konsumen masih rentan terhadap kerugian akibat perilaku usaha yang tidak jujur dan tidak bertanggung jawab. Selanjutnya, terkait kendala dan solusi dalam menciptakan keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, terlihat bahwa masalah utama terletak pada lemahnya penegakan hukum, rendahnya kesadaran hukum konsumen, serta kurangnya tanggung jawab sebagian pelaku usaha terhadap kewajiban hukum yang telah diatur. Kendala lain juga muncul dalam bentuk birokrasi yang panjang, terbatasnya akses konsumen pada mekanisme penyelesaian sengketa, serta kecenderungan konsumen untuk menerima kerugian tanpa memperjuangkan haknya karena merasa tidak memiliki kekuatan hukum yang seimbang. Oleh karena itu, solusi yang perlu dilakukan adalah memperkuat peran pemerintah melalui pengawasan ketat terhadap praktik usaha, meningkatkan fungsi lembaga perlindungan konsumen, serta mendorong edukasi hukum bagi masyarakat agar lebih kritis dalam menghadapi pelaku usaha. Di sisi lain, pelaku usaha juga harus ditanamkan kesadaran etis dan hukum untuk menjalankan usaha secara jujur dan bertanggung jawab, sehingga tercipta hubungan hukum yang harmonis, adil, dan saling menguntungkan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan keseimbangan kedudukan hukum antara konsumen dan pelaku usaha benar-benar dapat terwujud secara nyata dalam praktik, bukan hanya sebatas amanat normatif dalam peraturan perundang-undangan.

Reference

- Agustini, S., Efendi, S., & Pamulyadi, P. (2024). Tantangan Dan Solusi Dalam Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu. *Journal of Global Legal Review*, 2(2), 71–80.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37.
- Anugrah, I., & Setiawan, I. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang secara online. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 184–1978.
- Apriani, D. (2019). Tinjauan terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia dari perspektif hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Panorama Hukum*, 4(1), 19–30.
- Arifin, M. (2020). Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Iktikad Baik Dalam

- Hukum Perjanjian. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 66–82.
- Fauzi, A. R., & Ansari, A. (2020). Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan Kuh Perdata Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Ar-Risalah Media Keislaman Pendidikan Dan Hukum Islam*, 18(1), 114–141.
- Halim, A. (2022). Kedudukan Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB) yang Dibuat Pengembang Dalam Pre Project Selling. *Justice Voice*, 1(2), 53–69.
- Hamdaliah, H. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Pihak Pembeli yang Beritikad Baik dalam Jual Beli Tanah. *Lambung Mangkurat Law Journal*, 1(2), 150–169.
- Hutagalung, K., Hasnati, H., & Afrita, I. (2021). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perjanjian Baku Yang Merugikan Konsumen. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(2), 207–231.
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8–14.
- Kamilah, A., Lananda, A., Alvian, C. K., & Rahmah, M. A. (2025). PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN ENDORSEMENT ANTARA INFLUENCER DAN PELAKU USAHA. *Jurnal Hukum Ius Publicum*, 6(1), 136–157.
- Kriswandar, A. S. (2024). Hukum Perlindungan Konsumen. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–140.
- Masrukhin, M. (2023). *Rekonstruksi Regulasi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Rangka Mewujudkan Perlindungan Konsumen Yang Berbasis Nilai Keadilan*. UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG.
- Murni, R., Dharmawan, N. K. S., & Samsithawrati, P. A. (2018). Transformasi Good Faith Principle Dalam Hukum Perbankan Khususnya BPR: Perspektif Lokal Nasional dan Internasional. *Arena Hukum*, 11(3), 571–599.
- Mutiara, T. D., & Ginting, L. (2023). Ketidak Terpenuhinya Hak Konsumen Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 598–604.
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58.
- Patricia, L. S. (2024). Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya Pada Praktik Bisnis di Indonesia. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(4).
- Purwani, M. T., & Suraji, S. (2024). Pertanggungjawaban Dalam Penerapan Asas Itikad Baik Pada Transaksi Online Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(2), 220–229.
- Putri, M. A., Fitria, A., & Asri, D. P. B. (2025). Perlindungan Konsumen terhadap Klausula Baku dalam Perjanjian Pembiayaan Kredit Kendaraan Bermotor. *Almufi Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 221–231.
- Saly, J. N., & Putro, S. H. D. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Selisih Pembayaran Harga Di Perusahaan Retail. *KRTHA BHAYANGKARA*, 18(1), 287–299.

- Saputra, S. L. (2019). Status Kekuatan Hukum Terhadap Perjanjian Dalam Jual Beli Online Yang Dilakukan Oleh Anak Dibawah Umur. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 199–216.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan bagi hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian transaksi elektronik. *Syah Kuala Law Journal*, 1(3), 46–64.
- Sholihan, S., Rusydi, R., Bagus, S. S., Sudin, A., & Qulub, A. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli yang tidak Sesuai Dengan Perjanjian pada Transaksi E-Commerce. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(01), 15–39.
- Sinaga, I. P. A. S., Anter, F. J. I., & Anjelika, V. (2025). Kedudukan Hukum Kontrak Baku Dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(2), 248–259.
- Soeharso, S. Y., Sufiarina, S., Dewantoro, I., Wibowo, M. A., & Syafrida, S. (2025). PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PLATFORM E-COMMERCE DI INDONESIA: PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN TEORI HUKUM. *Jurnal Legal Reasoning*, 7(2), 114–142.
- Sudrajat, S., & Yusuf, H. (2024). Mengungkap Kendala dalam Penegakan Hukum Tindak Pidana Ekonomi di Indonesia—Tantangan, Solusi, dan Perspektif Masa Depan. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(6), 10669–10676.
- Sulistyaningrum, H. P. (2017). Prinsip Itikad Baik (Pasal 251 KUHD) dalam Hal Terjadinya Penolakan Klaim Asuransi Kepada Tertanggung sebagai Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen). *Simbur Cahaya*, 4312–4347.
- Suryani, K., & Ginting, L. (2024). Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Pinjam Uang (Studi PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar). *Recht Studiosum Law Review*, 3(2), 164–173.
- Tanjung, D. P., Zega, J. H. Y., Zai, I. I., & Harefa, D. I. P. (2025). Kualitas Dalam Memproduksi Suatu Barang Dan Jasa. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 15–22.
- Widijantoro, J., Widiyastuti, Y., & Harsiwi, T. A. M. (2020). *Pemetaan Masalah Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Konsumen dan Pelaku Usaha*. Cahaya Atma Pustaka, Kelompok Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wiraguna, S. A. (2024). Metode normatif dan empiris dalam penelitian hukum: Studi eksploratif di Indonesia. *Public Sphere: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan Dan Hukum*, 3(3).
