

PERAN NEGARA DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Mely karlina

Program Studi Ekonomi dan Bisnis Syariah, Fakultas Bisnis Syariah

Universitas Indo Global Mandiri Palembang

karmeli1125@gmail.com

Abstract

Consumer protection is a fundamental aspect in building a fair economic system. The state plays an important role as a regulator, supervisor, educator, and facilitator in guaranteeing consumer rights. This article analyzes how the state carries out these roles through regulation, supervisory institutions, consumer education, and dispute resolution. Contemporary challenges are also discussed to provide an overview of the need for ongoing reform in consumer protection policies.

Keywords: *Consumer Protection, Role of the State, Regulation, Consumer Rights, Law Enforcement*

Abstrak

Perlindungan konsumen merupakan aspek fundamental dalam membangun sistem ekonomi yang adil. Negara memegang peran penting sebagai regulator, pengawas, edukator, dan fasilitator dalam menjamin hak-hak konsumen. Artikel ini menganalisis bagaimana negara menjalankan peran tersebut melalui regulasi, lembaga pengawasan, pendidikan konsumen, serta penyelesaian sengketa. Tantangan-tantangan kontemporer juga dibahas untuk memberikan gambaran tentang perlunya reformasi berkelanjutan dalam kebijakan perlindungan konsumen.

Article history

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



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

1. Pendahuluan

Pendahuluan: Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan ekonomi pada dasarnya tidak selalu seimbang. Konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap berbagai bentuk eksploitasi, seperti penipuan, ketidaktepatan informasi produk, hingga paparan terhadap barang dan jasa yang berbahaya bagi keselamatan, kesehatan, dan kesejahteraan. Oleh karena itu, perlindungan terhadap konsumen menjadi suatu kebutuhan mendesak yang tidak hanya bersifat individual, tetapi juga berdimensi sosial dan ekonomi. Negara, sebagai representasi dari kepentingan umum, memiliki tanggung jawab untuk mengintervensi pasar guna menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen juga berfungsi untuk menciptakan keseimbangan dalam mekanisme pasar, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap aktivitas ekonomi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

Dasar pemikiran perlunya peran negara dalam perlindungan konsumen berlandaskan pada teori intervensi negara dalam ekonomi, yang menyatakan bahwa campur tangan negara diperlukan untuk memperbaiki kegagalan pasar (market failure), salah satunya dalam aspek perlindungan terhadap pihak yang lebih lemah dalam transaksi ekonomi. Selain itu, hak-hak konsumen telah diakui secara internasional melalui United Nations Guidelines for Consumer Protection (1985) yang menegaskan perlunya tindakan negara untuk melindungi konsumen dari risiko ekonomi, sosial, dan kesehatan.

Di Indonesia, kebutuhan akan perlindungan konsumen diatur secara yuridis dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menetapkan prinsip-prinsip dasar hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Melalui regulasi ini, negara menegaskan perannya tidak hanya sebagai pembuat aturan, tetapi juga sebagai pengawas, penegak hukum, dan pendidik masyarakat untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajibannya. Dengan demikian, peran negara dalam perlindungan konsumen berangkat dari pemikiran bahwa untuk menciptakan tatanan sosial dan ekonomi yang adil, diperlukan campur tangan negara yang aktif dan berkelanjutan dalam menjaga keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

Konsep Perlindungan Konsumen Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi dirinya dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian. Dalam kegiatan ekonomi, konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha karena adanya ketimpangan informasi, keterbatasan pengetahuan, serta rendahnya daya tawar. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi instrumen penting untuk mewujudkan keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum dalam transaksi ekonomi.

Teori intervensi negara menjelaskan bahwa negara memiliki kewajiban untuk melakukan campur tangan dalam kegiatan ekonomi guna mengatasi kegagalan pasar (market failure). Salah satu bentuk kegagalan pasar adalah ketidakseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen. Dalam konteks ini, negara berperan sebagai regulator yang membentuk peraturan perundang-undangan,

pengawas yang memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan yang berlaku, fasilitator dalam penyelesaian sengketa, serta edukator yang meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hak dan kewajibannya sebagai konsumen.

Peran negara dalam perlindungan konsumen di Indonesia diwujudkan melalui berbagai kebijakan dan regulasi, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, negara juga membentuk berbagai lembaga yang bertugas melakukan pengawasan dan penegakan hukum, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Dalam perspektif ekonomi Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian dari implementasi prinsip keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), kejujuran (*ash-shidq*), dan tanggung jawab (*amanah*). Islam melarang segala bentuk kecurangan, penipuan, manipulasi informasi, monopoli, dan tindakan yang dapat merugikan pihak lain dalam transaksi ekonomi. Prinsip tersebut tercermin dalam berbagai sumber hukum Islam, seperti Al-Qur'an dan Hadis.

Perlindungan konsumen dalam Islam tidak hanya ditujukan kepada umat Muslim, tetapi berlaku bagi seluruh manusia tanpa memandang agama, suku, ras, maupun status sosial. Hal ini didasarkan pada konsep rahmatan lil 'alamin yang menegaskan bahwa ajaran Islam hadir sebagai rahmat bagi seluruh alam. Oleh karena itu, setiap manusia berhak memperoleh perlindungan, keadilan, keamanan, kenyamanan, serta informasi yang benar dalam melakukan transaksi ekonomi. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam ekonomi Islam memiliki sifat universal dan sejalan dengan prinsip hak asasi manusia.

Afifah (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pemerintah memiliki peran penting dalam melindungi konsumen di era digital melalui pembentukan regulasi dan pengawasan terhadap transaksi elektronik. Marwan (2016) menyatakan bahwa pengawasan negara diperlukan untuk mencegah berbagai praktik perdagangan yang merugikan konsumen. Sementara itu, Nasution (2021) menjelaskan bahwa perkembangan globalisasi dan teknologi informasi menuntut adanya penguatan sistem perlindungan konsumen agar mampu menghadapi berbagai tantangan baru dalam perdagangan modern. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan negara memiliki posisi yang sangat penting dalam menciptakan sistem perlindungan konsumen yang efektif dan berkelanjutan.

3. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai peran negara dalam perlindungan konsumen di Indonesia serta berbagai kebijakan yang diterapkan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data dan informasi dari sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan resmi pemerintah, serta berbagai

literatur yang membahas perlindungan konsumen dan peran negara.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi pustaka dengan cara mengidentifikasi, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber yang relevan. Seluruh data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan sehingga memudahkan proses analisis.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana negara menjalankan fungsi sebagai regulator, pengawas, fasilitator penyelesaian sengketa, serta edukator dalam perlindungan konsumen.

Penelitian ini juga menggunakan perspektif ekonomi syariah yang menekankan prinsip keadilan, kemaslahatan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam kegiatan ekonomi. Dalam perspektif ini, perlindungan konsumen tidak hanya diperuntukkan bagi umat Islam, melainkan bagi seluruh manusia sebagai bentuk penghormatan terhadap hak, martabat, dan kesejahteraan setiap individu dalam melakukan aktivitas ekonomi.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Dalam praktik kegiatan ekonomi, konsumen sering kali berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha karena keterbatasan informasi, pengetahuan, maupun daya tawar. Kondisi tersebut dapat menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai standar, informasi yang menyesatkan, maupun praktik perdagangan yang tidak jujur. Oleh karena itu, diperlukan peran negara untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dan menciptakan keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha.

Peran negara dalam perlindungan konsumen diwujudkan melalui pembentukan regulasi yang memberikan kepastian hukum bagi masyarakat. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi dasar hukum dalam mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Melalui regulasi tersebut, negara memberikan jaminan atas hak konsumen untuk memperoleh keamanan, kenyamanan, keselamatan, informasi yang benar, serta hak untuk memperoleh ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Keberadaan regulasi ini menunjukkan bahwa negara memiliki tanggung jawab untuk melindungi masyarakat dari berbagai bentuk eksploitasi dan ketidakadilan dalam kegiatan ekonomi.

Selain berperan sebagai pembentuk regulasi, negara juga bertindak sebagai regulator dan pengawas dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Pengawasan dilakukan melalui berbagai lembaga yang memiliki kewenangan sesuai bidangnya masing-masing, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN). Keberadaan lembaga-lembaga tersebut bertujuan untuk

memastikan bahwa barang dan jasa yang beredar di masyarakat memenuhi standar keamanan, mutu, dan kelayakan. Pengawasan juga dilakukan untuk mencegah praktik perdagangan yang merugikan konsumen, seperti iklan yang menyesatkan, produk palsu, manipulasi informasi, serta peredaran barang yang tidak memenuhi standar kesehatan dan keselamatan.

Dalam hal penyelesaian sengketa, negara berperan sebagai fasilitator yang menyediakan mekanisme penyelesaian bagi konsumen yang dirugikan. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi di pengadilan maupun jalur nonlitigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Kehadiran BPSK memberikan alternatif penyelesaian sengketa yang lebih cepat, sederhana, dan terjangkau dibandingkan proses peradilan. Namun, efektivitas lembaga tersebut masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan jumlah BPSK di berbagai daerah, kurangnya sosialisasi kepada masyarakat, serta belum optimalnya pelaksanaan putusan yang telah ditetapkan.

Peran negara dalam perlindungan konsumen juga diwujudkan melalui kegiatan edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Edukasi konsumen menjadi sangat penting karena masih banyak masyarakat yang belum memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen. Melalui program penyuluhan, seminar, media massa, serta pemanfaatan media digital, negara berupaya meningkatkan literasi konsumen agar masyarakat mampu mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan transaksi. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik akan lebih mampu mengenali produk yang aman, memahami informasi yang diberikan pelaku usaha, serta mengetahui langkah-langkah yang dapat ditempuh apabila mengalami kerugian.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perlindungan konsumen merupakan bagian dari penerapan prinsip keadilan (al-'adl), kemaslahatan (maslahah), kejujuran (ash-shidq), dan tanggung jawab (amanah). Islam melarang segala bentuk kecurangan, penipuan, pengurangan timbangan, serta praktik bisnis yang merugikan pihak lain. Prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang melarang praktik curang dalam takaran dan timbangan serta Surah Al-Isra ayat 35 yang memerintahkan manusia untuk menyempurnakan takaran dan timbangan secara adil. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya memiliki dimensi hukum dan ekonomi, tetapi juga dimensi moral dan spiritual.

Perlindungan konsumen dalam Islam tidak hanya ditujukan kepada umat Muslim, melainkan kepada seluruh manusia tanpa membedakan agama, suku, ras, maupun status sosial. Hal ini sejalan dengan konsep rahmatan lil 'alamin yang menegaskan bahwa ajaran Islam membawa rahmat bagi seluruh alam semesta. Setiap individu yang melakukan aktivitas ekonomi berhak memperoleh perlindungan, keadilan, keamanan, kenyamanan, dan informasi yang benar dalam transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam perspektif Islam bersifat universal dan bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan serta kemaslahatan bagi seluruh manusia.

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan, perlindungan konsumen di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Rendahnya tingkat literasi konsumen, lemahnya penegakan hukum, perkembangan teknologi yang sangat cepat, serta meningkatnya transaksi digital menjadi faktor yang mempersulit pengawasan dan perlindungan konsumen. Selain itu, penyalahgunaan data pribadi, penipuan dalam perdagangan

elektronik, serta transaksi lintas negara menuntut adanya pembaruan regulasi dan peningkatan kapasitas lembaga pengawas. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih efektif, adaptif, dan berkeadilan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa negara memiliki peran yang sangat penting dalam perlindungan konsumen melalui fungsi legislasi, regulasi, pengawasan, penyelesaian sengketa, serta edukasi masyarakat. Peran tersebut menjadi semakin penting di era digital yang menghadirkan berbagai tantangan baru dalam kegiatan ekonomi. Dengan penguatan regulasi, peningkatan efektivitas lembaga perlindungan konsumen, serta peningkatan kesadaran masyarakat, perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan mampu memberikan kepastian hukum dan mewujudkan kesejahteraan bagi Masyarakat.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dan Saran: Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa negara memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen di Indonesia. Peran tersebut diwujudkan melalui pembentukan regulasi, pelaksanaan pengawasan terhadap pelaku usaha, penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa, serta penyelenggaraan edukasi dan pemberdayaan konsumen. Keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum yang memberikan kepastian dan perlindungan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Dalam pelaksanaannya, negara berupaya menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Berbagai lembaga seperti BPKN, BPOM, OJK, dan BPSK memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas perlindungan konsumen melalui fungsi pengawasan, pembinaan, dan penyelesaian sengketa.

Dari perspektif ekonomi Islam, perlindungan konsumen merupakan implementasi nilai-nilai keadilan (al-'adl), kemaslahatan (maslahah), kejujuran (ash-shidq), dan tanggung jawab (amanah). Perlindungan tersebut tidak hanya ditujukan kepada umat Muslim, tetapi juga kepada seluruh manusia tanpa memandang agama, suku, ras, maupun status sosial. Hal ini sejalan dengan konsep rahmatan lil 'alamin yang menegaskan bahwa Islam hadir sebagai rahmat bagi seluruh alam dan menjunjung tinggi perlindungan terhadap hak-hak manusia dalam aktivitas ekonomi.

Meskipun demikian, perlindungan konsumen di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya tingkat literasi konsumen, perkembangan teknologi digital yang semakin kompleks, lemahnya penegakan hukum, serta keterbatasan infrastruktur lembaga perlindungan konsumen di beberapa daerah. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dari pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk memperkuat sistem perlindungan konsumen agar mampu menjawab tantangan perkembangan zaman.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di Indonesia.

Pertama, pemerintah perlu meningkatkan program edukasi dan literasi konsumen secara berkelanjutan agar masyarakat memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen serta mampu mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan transaksi.

Kedua, pengawasan terhadap pelaku usaha perlu diperkuat melalui peningkatan kapasitas lembaga pengawas, pemanfaatan teknologi digital, serta penegakan hukum yang lebih tegas terhadap pelanggaran hak-hak konsumen.

Ketiga, pemerintah perlu melakukan pembaruan regulasi yang mampu mengakomodasi perkembangan teknologi dan ekonomi digital, khususnya terkait perlindungan data pribadi, perdagangan elektronik, dan transaksi lintas negara.

Keempat, perlu dilakukan penguatan terhadap lembaga perlindungan konsumen, seperti BPKN dan BPSK, baik dari segi kewenangan, sumber daya manusia, maupun jangkauan pelayanan agar seluruh masyarakat dapat memperoleh akses perlindungan yang setara.

Kelima, dalam perspektif ekonomi syariah, nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab perlu terus ditanamkan kepada pelaku usaha maupun konsumen sehingga tercipta kegiatan ekonomi yang tidak hanya menguntungkan secara material, tetapi juga memberikan kemaslahatan bagi seluruh manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. (2012). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Afifah, N. (2018). Peran Pemerintah dalam Perlindungan Konsumen di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 48(2), 145-160.
- Djuhaeni, D. (2019). *Prinsip Perlindungan Konsumen dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen Tahun 2020*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Marwan, S. (2016). Pengawasan Negara terhadap Praktik Perdagangan yang Merugikan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 22(1), 45-60.
- Nasution, H. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Sistem Ekonomi Global*. Medan: Universitas Sumatera Utara Press.

Pusat Studi Hukum dan Pembangunan. (2017). Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik. *Jurnal Hukum Ekonomi Digital*, 5(1), 22-35.

Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Suhendi, H. (2019). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Strategi Pemasaran: Pendekatan Terbaru dalam Menangani Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

World Trade Organization. (2021). *Consumer Protection and Market Access in the Digital Economy*. Geneva: WTO.

Yulianto, E. (2020). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Sistem Perdagangan Global. *Jurnal Hukum Internasional*, 27(1), 55-70.

Al-Qur'an Al-Karim.

Al-Qaradawi, Y. (2011). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.