



ANALISA

May 08, 2026

Vol. 0013

Hasil Kajian Cepat Terhadap Isu Strategis Kekinian

The Reform Initiatives

Merupakan lembaga riset kebijakan yang bernaung di bawah PT Semesta Infomedia Indonesia, berkedudukan di Jakarta.

TRI fokus pada penelitian kebijakan terkait Ekonomi, Fiskal, Kesejahteraan Sosial, Desentralisasi, Lingkungan Hidup & Perubahan Iklim, Tata Kelola Kebijakan yang Baik, Politik & Elektoral, Penegakan Hukum, Ekonomi Digital, serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).



Muhammad Nurun Najib

Social Welfare Specialist -
The Reform Initiatives (TRI)

Wajah Buram Perlindungan Konsumen

Ketika Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disahkan, banyak yang menyebutnya sebagai awal tonggak reformasi. Klaim itu tidak sepenuhnya salah. Undang-undang ini berangkat dari keyakinan bahwa negara perlu hadir melindungi warga di hadapan kekuatan pasar. Setelah lebih dari dua puluh lima tahun, pola distribusi dan konsumsi berubah drastis. Transaksi yang dulu mensyaratkan pertemuan langsung kini berpindah ke layar ponsel. Semua bisa dipenuhi dari genggaman tangan. Namun undang-undang itu belum juga mengalami pembaruan substansial sampai hari ini. Posisi Konsumen tetap berada di posisi semula, lemah dan terjepit di antara negara yang lamban merespons dan pelaku usaha yang semakin dominan.

Kesenjangan ini bukan sekadar soal ketertinggalan regulasi. Menyebutnya demikian pada akhirnya hanya akan membawa kita pada penyederhanaan persoalan, seolah ini hanya urusan teknis dan tentang kecepatan birokrasi belaka. Justru, yang lebih tepat membacanya sebagai cerminan pilihan politik, tentang siapa sesungguhnya yang hendak dilindungi ketika kepentingan konsumen berbenturan dengan kepentingan bisnis. Celakanya, selama dua dekade lebih, jawaban atas pertanyaan itu selalu konsisten, perlindungan itu bukan berdiri di sisi konsumen.

Ilusi Perlindungan Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga paling jujur menggambarkan kondisi ini. Secara normatif, BPSK adalah garda depan Perlindungan Konsumen, lembaga tempat warga seharusnya bisa mengadu dan mendapat pembelaan. Sayangnya dalam praktiknya, lembaga ini seperti tidak punya taring. Masalahnya berlapis. BPSK berada di bawah struktur dinas pemerintah daerah, bergantung pada anggaran dan prioritas kepala daerah yang jarang menempatkan sengketa konsumen di urutan atas. Putusan BPSK juga tidak memiliki daya eksekusi mengikat, sehingga pelaku usaha bisa mengabaikannya tanpa konsekuensi hukum berarti. Maka, karena posisinya seolah sulit untuk mendapatkan independensi, lembaga ini sekaligus rentan terseret kepentingan lokal yang tidak selalu berpihak pada konsumen.

Akibatnya mudah ditebak. Konsumen susah payah mengadukan kasusnya, lalu mendapati proses berlarut, putusan diabaikan, dan akhirnya memilih diam. Pelaku usaha belajar bahwa tidak ada biaya nyata dari melanggar hak konsumen. Ralph Nader, aktivis konsumen Amerika yang mendorong lahirnya regulasi keselamatan produk di AS pada 1960-an, pernah menulis bahwa efektivitas perlindungan konsumen bukan soal banyaknya aturan, melainkan ada tidaknya mekanisme yang membuat pelanggaran menjadi mahal bagi pelaku usaha. Ukuran itu belum terpenuhi di Indonesia, dan tampaknya belum menjadi agenda mendesak bagi siapa pun saat ini.

Rapuhnya Regulasi di Era Digital

Ketika ekonomi bergerak ke platform digital, kelemahan ini menemukan medan yang lebih luas. Beragam layanan berbasis aplikasi seperti e-commerce, transportasi daring, dan pinjaman online tumbuh dengan kecepatan yang tidak mampu diikuti regulasi. OJK mencatat lebih dari 21.000 aduan konsumen terhadap perusahaan fintech sepanjang 2025, menyangkut bunga tidak transparan, penagihan kasar, dan akses data pribadi yang tidak pernah disetujui pengguna secara sadar. Mekanisme penyelesaiannya tidak pernah berubah. Lambat, tidak mengikat, dan tidak memberi efek jera. Pelaku usaha tahu persis kalkulasinya.

Lebih mengkhawatirkan lagi adalah praktik dark pattern. Hal ini ditunjukkan misalnya salah satunya dengan desain antarmuka yang cenderung rumit. Tidak ada regulasi Indonesia yang secara eksplisit melarang praktik ini. Platform mendefinisikan sendiri batas permainannya, dan konsumen tidak punya pilihan selain menerima. UU Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang berlaku penuh Oktober 2024 seharusnya menjadi koreksi atas kekosongan ini, tetapi lembaga pengawas yang diamanatkan UU itu sampai hari ini belum terbentuk. Tidak ada instansi berwenang menerima laporan, tidak ada yang bisa menjatuhkan sanksi. Regulasi ada di atas kertas, penegakannya belum ada di mana-mana.

Bandingkan dengan General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa (UE) yang bertugas untuk mengatur bagaimana organisasi mengumpulkan, menyimpan, dan menggunakan data pribadi penduduk Uni Eropa. Institusi ini mewajibkan semua perusahaan melakukan pelaporan jika terjadi kebocoran data dalam waktu 72 jam. Sementara, warga juga berhak untuk meminta penghapusan data mereka kapan saja. Penegakan regulasi ini tidak sekadar pepesan kosong. Misalnya saja pada 2023 lalu, Meta akhirnya diganjar dengan denda sebesar 1,2 miliar Euro atau setara Rp 19,5 triliun oleh regulator Irlandia karena telah melanggar ketentuan transfer data. Namun sayangnya, di Indonesia jika ada perusahaan yang melanggar, sanksi yang diberikan sangatlah ringan.

Menuju Konsumen Berdaulat

Persoalannya tidak berhenti pada kelembagaan dan regulasi. Ada dimensi kultural yang sama beratnya dan kerap luput dari perdebatan kebijakan. Budaya konsumsi Indonesia cenderung permisif. Pelanggaran terhadap hak konsumen lebih sering diterima sebagai nasib buruk daripada sebagai ketidakadilan yang bisa dituntut. Kondisi ini tidak terbentuk tiba-tiba, melainkan tumbuh dalam struktur ekonomi-politik yang justru diuntungkan oleh rendahnya kesadaran kritis konsumen. Lewat berbagai kampanye iklan dan kebijakan, konsumsi lebih banyak didorong sebagai penanda status sosial. Proses konsumsi bukan lagi dimaknai sebagai hak yang perlu dimengerti dan diperjuangkan. Dalam masyarakat seperti ini, nilai seseorang lebih sering diukur dari kemampuan membeli, bukan dari kesadaran memilih. Celah antara rendahnya literasi konsumen dan regulasi yang tidak adaptif itulah yang akhirnya menumbuhkan praktik bisnis yang cenderung merugikan konsumen secara berulang.

Kondisi ini tidak terbentuk tiba-tiba. Situasi ini tumbuh dalam struktur ekonomi-politik yang diuntungkan oleh warga yang tidak kritis. George Ritzer (1993), sosiolog yang dikenal lewat konsep McDonaldisasi, mengingatkan bahwa konsumsi modern dirancang untuk memaksimalkan efisiensi pelaku usaha, bukan kepuasan konsumen. Ketika literasi konsumen rendah dan regulasi tidak adaptif, celah itulah yang ditempati praktik bisnis predatoris.

Maka, melihat centang perenang di atas, reformasi mendesak perlu segera dilakukan setidaknya pada dua tingkatan. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus segera direvisi agar relevan dengan ekonomi digital, mencakup ketentuan soal dark pattern, perluasan tanggung jawab platform, dan juga menjadi dasar hukum bagi kompensasi langsung kepada konsumen yang dirugikan. Pada saat bersamaan, BPSK harus direformasi menjadi lembaga quasi-judicial yang independen dari struktur pemerintah daerah, dengan putusan mengikat dan dapat dieksekusi tanpa perlu menunggu itikad baik pelaku usaha. Tanpa dua perubahan itu, klaim bahwa negara hadir melindungi rakyat dari dominasi pasar akan terus menjadi pepesan kosong. Perlindungan konsumen bukan urusan teknis. Ini adalah cermin keberpihakan. Dan cermin itu, sampai hari ini, masih menunjukkan wajah buram.

Associate Partner Publication

BERITABARU.CO
— MELURUSKAN DISTORSI INFORMASI —

A summary of this article was published on **Beritabaruko**
May 6, 2026.

<https://beritabaruko.co/wajah-buram-perlindungan-konsumen/>