



Analisis Ke-Ekonomian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Terhadap Perlindungan Konsumen Dan Kepercayaan Pasar

Pendi Ujung¹, Parningotan Malau²

Pascasarjana Hukum, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: effendyujung@gmail.com, pmalau0707@gmail.com

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 14 Mei 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the economic aspects of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and its impact on market trust in Indonesia. The main focus is on how legal protection for consumers functions not only as a market regulatory mechanism but also as a strategic instrument to promote economic efficiency, transactional fairness, and sustainable market growth. The research employs a normative juridical approach with qualitative analysis of literature, legal regulations, and relevant empirical data. The findings reveal that the implementation of the Consumer Protection Law enhances transparency and accountability among business actors, which in turn strengthens public trust in the national economic system. However, several challenges remain, such as low consumer legal awareness, weak law enforcement, and the information gap between businesses and consumers. Therefore, collaboration among the government, consumer protection institutions, and the private sector is essential to improve market regulation and supervision. In conclusion, Law Number 8 of 1999 possesses significant economic value as a legal foundation for establishing a fair, competitive, and healthy business environment in Indonesia.

Keywords: Consumer Protection, Market Trust, Market Surveillance.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek ke-ekonomian dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta dampaknya terhadap tingkat kepercayaan pasar di Indonesia. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengendali pasar, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mendorong efisiensi ekonomi, keadilan transaksi, dan pertumbuhan pasar yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis-normatif dengan analisis kualitatif terhadap literatur, peraturan perundang-undangan, dan data empiris yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha, yang pada gilirannya membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem ekonomi nasional. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan seperti rendahnya kesadaran hukum konsumen, lemahnya penegakan hukum, serta ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, badan perlindungan konsumen, dan sektor swasta dalam memperkuat regulasi serta pengawasan pasar. Kesimpulannya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memiliki nilai ekonomi yang signifikan sebagai dasar hukum untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, adil, dan kompetitif di Indonesia.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Kepercayaan Pasar, Pengawasan Pasar.

PENDAHULUAN

Dalam sistem ekonomi modern, konsumen memiliki peran sentral sebagai penggerak utama aktivitas pasar. Setiap transaksi ekonomi pada dasarnya melibatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. Tanpa adanya kepercayaan, maka mekanisme pasar tidak akan berjalan secara optimal. Namun dalam praktiknya, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen seringkali tidak seimbang. Pelaku usaha memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan konsumen. Kondisi ini dikenal sebagai **asimetri informasi**, yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen dan menciptakan kegagalan pasar (*market failure*).

Sebagai respon terhadap kondisi tersebut, negara menghadirkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen serta menciptakan keseimbangan dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dari perspektif ekonomi, keberadaan undang-undang ini memiliki dampak yang signifikan terhadap efisiensi pasar. Perlindungan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan pasar, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi.

Perkembangan ekonomi global yang semakin kompleks telah membawa perubahan signifikan dalam struktur dan mekanisme pasar, termasuk di Indonesia. Transformasi ini ditandai dengan meningkatnya integrasi ekonomi, kemajuan teknologi digital, serta intensifikasi hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam kondisi demikian, posisi konsumen menjadi sangat strategis sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi. Namun, di sisi lain, konsumen juga berada dalam posisi yang rentan akibat ketidakseimbangan informasi dan kekuatan tawar (*bargaining power*) dibandingkan pelaku usaha. Dalam perspektif ekonomi, kondisi tersebut dikenal sebagai **asimetri informasi** (*information asymmetry*), yaitu situasi di mana salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan pihak lainnya. Fenomena ini berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan seperti *adverse selection* dan *moral hazard*, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kegagalan pasar (*market failure*). Dalam kondisi pasar yang tidak sempurna ini, konsumen berisiko tinggi mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai standar, informasi yang menyesatkan, maupun praktik bisnis yang tidak adil.

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, negara memiliki peran penting dalam menciptakan regulasi yang mampu melindungi kepentingan konsumen sekaligus menjaga efisiensi pasar. Keberadaan regulasi yang jelas dan *up-to-date* akan membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu bentuk intervensi negara tersebut adalah melalui pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 4 (c) disebutkan Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Undang-undang ini dirancang sebagai instrumen hukum untuk menjamin hak-hak konsumen, atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha.

Dari sudut pandang *law and economics*, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya memiliki dimensi normatif, tetapi juga dimensi ekonomi yang sangat penting. Hukum dipandang sebagai alat untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien serta meminimalkan biaya sosial yang timbul akibat kegagalan pasar. Dengan demikian, regulasi perlindungan konsumen berfungsi untuk menekan biaya transaksi (*transaction costs*), meningkatkan transparansi pasar, dan mendorong terciptanya kepercayaan antara pelaku ekonomi. Kepercayaan pasar (*market trust*) merupakan salah satu elemen fundamental dalam sistem ekonomi modern. Kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan hubungan antara individu, tetapi juga mencerminkan keyakinan terhadap sistem hukum dan institusi yang mengatur pasar.

Tanpa kepercayaan, aktivitas ekonomi akan mengalami hambatan serius, karena pelaku pasar akan cenderung meningkatkan biaya pengamanan (*self-protection cost*) seperti verifikasi berulang, penggunaan perantara, atau bahkan menghindari transaksi sama sekali.

Oleh karena itu, keberadaan regulasi yang mampu menjamin perlindungan konsumen secara efektif akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepercayaan pasar. Namun demikian, meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah berlaku lebih dari dua dekade, efektivitasnya dalam meningkatkan kepercayaan pasar masih menjadi perdebatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara norma hukum yang diatur dalam undang-undang dengan implementasinya di lapangan. Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga menghadirkan tantangan baru yang belum sepenuhnya diantisipasi oleh regulasi yang ada. Transaksi berbasis platform digital, penggunaan algoritma, serta pengelolaan data pribadi konsumen menimbulkan risiko baru yang lebih kompleks dibandingkan transaksi konvensional. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen tidak lagi hanya berkaitan dengan barang dan jasa, tetapi juga mencakup aspek keamanan data dan transparansi sistem digital.

Berdasarkan uraian tersebut, analisis ke-ekonomian terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menjadi sangat penting untuk dilakukan. Analisis ini tidak hanya bertujuan untuk menilai efektivitas regulasi dalam melindungi konsumen, tetapi juga untuk memahami dampaknya terhadap efisiensi pasar dan tingkat kepercayaan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana analisis ke-ekonomian terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? (2) Bagaimana pengaruh Undang-Undang tersebut terhadap kepercayaan pasar di Indonesia? (3) Apa saja kendala dalam implementasi serta arah reformasi yang diperlukan dalam konteks ekonomi modern dan digital?

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian hukum ekonomi, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan dalam meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dan kepercayaan pasar di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *yuridis normatif* (*normative legal research*) yang berfokus pada analisis terhadap norma hukum yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai objek utama kajian. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menelaah hukum sebagai suatu sistem norma yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, serta untuk mengevaluasi sejauh mana norma tersebut mampu menciptakan efisiensi ekonomi dan meningkatkan kepercayaan pasar. Dalam penelitian hukum normatif, hukum dipahami sebagai *law in books*, sehingga analisis difokuskan pada isi peraturan perundang-undangan, asas hukum, serta doktrin hukum yang relevan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan *law and economics*. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah secara sistematis ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, khususnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Pendekatan ini penting untuk memahami struktur normatif dan tujuan pembentukan undang-undang dalam konteks perlindungan konsumen. Selanjutnya, pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep-konsep utama yang menjadi dasar penelitian, seperti perlindungan konsumen, asimetri informasi (ketimpangan informasi), biaya transaksi, efisiensi ekonomi, dan kepercayaan pasar (*market trust*). Konsep-konsep ini diperoleh dari literatur hukum dan ekonomi, yang kemudian digunakan sebagai kerangka analisis dalam menilai efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dalam menghubungkan norma hukum dengan teori ekonomi. Pendekatan *law and economics* digunakan sebagai kerangka utama dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk menilai bagaimana ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempengaruhi perilaku pelaku usaha dan konsumen, serta bagaimana regulasi tersebut berdampak terhadap efisiensi ekonomi dan kepercayaan pasar. Dalam pendekatan ini, hukum dipandang sebagai instrumen yang dirancang untuk meminimalkan biaya sosial dan memaksimalkan kesejahteraan masyarakat. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan aspek biaya dan manfaat (*cost-benefit analysis*) dari penerapan norma hukum dalam praktik.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan perundang-undangan lain yang relevan. Bahan hukum sekunder meliputi buku-buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan ekonomi hukum. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber referensi lainnya yang mendukung pemahaman konsep dalam penelitian. Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan *deskriptif-analitis*, yaitu dengan menginterpretasikan norma hukum dalam Undang-Undang Perlindungan

Konsumen dan mengaitkannya dengan teori *law and economics*. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi norma hukum, penafsiran ketentuan hukum, pengkajian konsep ekonomi yang relevan, serta evaluasi efektivitas regulasi dalam menciptakan efisiensi ekonomi dan kepercayaan pasar. Penarikan kesimpulan dilakukan secara deduktif, yaitu dari konsep umum menuju pada kesimpulan yang lebih spesifik terkait dengan peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam sistem ekonomi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis kebijakan (*policy analysis*) untuk mengevaluasi implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam praktik serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang bersifat strategis. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya memberikan kontribusi teoritis, tetapi juga memberikan solusi praktis terhadap permasalahan perlindungan konsumen di Indonesia, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini diharapkan mampu memberikan analisis yang komprehensif dan mendalam mengenai peran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menciptakan efisiensi ekonomi dan meningkatkan kepercayaan pasar, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Law and Economics

Pendekatan *law and economics* merupakan salah satu pendekatan interdisipliner yang menggabungkan analisis hukum dengan prinsip-prinsip ekonomi untuk menilai efektivitas suatu regulasi. Dalam pendekatan ini, hukum tidak hanya dipahami sebagai seperangkat norma yang mengatur perilaku, tetapi juga sebagai instrumen yang dirancang untuk mencapai efisiensi ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Richard A. Posner sebagai salah satu tokoh utama dalam aliran ini menyatakan bahwa hukum pada dasarnya berfungsi untuk memaksimalkan efisiensi dengan cara meminimalkan biaya sosial dan mengoptimalkan alokasi sumber daya.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pendekatan ini menjadi sangat relevan karena interaksi antara pelaku usaha dan konsumen seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi seperti informasi, insentif, dan biaya transaksi. Konsumen sebagai pihak yang relatif lemah dalam hal informasi dan daya tawar membutuhkan perlindungan hukum sebagaimana yang diatur dalam ketentuan Pasal 4 (a), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatakan bahwa "Konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa". Salah satu konsep kunci dalam analisis ini adalah kegagalan pasar (*market failure*). Kegagalan pasar terjadi ketika mekanisme pasar tidak mampu menghasilkan distribusi sumber daya yang optimal.

Menurut Joseph E. Stiglitz, mengatakan "*Market failures are often caused by information asymmetry, externalities, and imperfect competition*". artinya kegagalan pasar seringkali disebabkan oleh adanya asimetri informasi, eksternalitas, serta

ketidaksempurnaan kompetisi. Dalam konteks perlindungan konsumen, asimetri informasi menjadi faktor yang paling dominan. Asimetri informasi terjadi ketika salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan pihak lainnya. Dalam praktiknya, pelaku usaha biasanya memiliki pengetahuan lebih mengenai kualitas, komposisi, dan risiko produk yang ditawarkan, sementara konsumen hanya mengandalkan informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Kondisi ini menciptakan ketidakseimbangan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan mengorbankan konsumen.

George Akerlof dalam teorinya yang terkenal, *The Market for Lemons*, menjelaskan bahwa "*Information asymmetry may result in a deterioration of overall market quality*" artinya asimetri informasi dapat menyebabkan kemerosotan kualitas pasar secara keseluruhan. Dalam model tersebut, konsumen tidak mampu membedakan antara produk berkualitas tinggi dan rendah, sehingga mereka cenderung menawarkan harga rata-rata. Akibatnya, produsen yang menawarkan produk berkualitas tinggi tidak mendapatkan harga yang layak dan akhirnya keluar dari pasar. Kondisi ini menyebabkan pasar didominasi oleh produk berkualitas rendah, yang pada akhirnya merugikan seluruh pelaku ekonomi.

Selain asimetri informasi, konsep Moral Hazard juga menjadi penting dalam analisis perlindungan konsumen. Moral hazard terjadi ketika pelaku usaha memiliki insentif untuk bertindak oportunistik setelah transaksi terjadi, misalnya dengan menurunkan kualitas produk atau tidak memenuhi janji layanan. Tanpa adanya mekanisme pengawasan dan sanksi yang efektif, perilaku ini akan semakin meluas dan merusak kepercayaan pasar. Dalam kerangka *law and economics*, hukum berfungsi untuk mengatasi kedua masalah tersebut melalui penciptaan aturan yang mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan transparansi. Salah satu mekanisme utama adalah melalui kewajiban pengungkapan informasi (*mandatory disclosure*), yang mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap kepada konsumen.

Dengan adanya kewajiban ini, diharapkan konsumen dapat membuat keputusan yang lebih rasional dan efisien.

Selain itu, hukum juga berperan dalam mengatur tanggung jawab pelaku usaha melalui prinsip *liability*. Dalam teori ekonomi, sistem tanggung jawab hukum yang efektif akan mendorong pelaku usaha untuk menginternalisasi biaya sosial dari tindakannya. Artinya, pelaku usaha akan mempertimbangkan risiko kerugian konsumen dalam setiap keputusan bisnisnya, sehingga mendorong terciptanya produk yang lebih aman dan berkualitas.

Konsep penting lainnya adalah biaya transaksi (*transaction costs*) yang diperkenalkan oleh Ronald Coase. Biaya transaksi mencakup seluruh biaya yang timbul dalam proses pertukaran, seperti biaya pencarian informasi, negosiasi, dan penegakan kontrak. Dalam kondisi pasar yang tidak diatur, biaya transaksi cenderung tinggi karena konsumen harus melakukan verifikasi secara mandiri terhadap kualitas produk dan reputasi pelaku usaha. Keberadaan regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen berfungsi untuk menurunkan biaya transaksi tersebut dengan cara menyediakan standar minimum perlindungan dan

mekanisme penyelesaian sengketa. Dengan demikian, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk memastikan keamanan dan kualitas produk, sehingga efisiensi pasar dapat meningkat.

Namun demikian, pendekatan *law and economics* juga menekankan pentingnya keseimbangan antara perlindungan konsumen dan efisiensi ekonomi. Regulasi yang terlalu ketat dapat menimbulkan biaya kepatuhan (*compliance cost*) yang tinggi bagi pelaku usaha, yang pada akhirnya dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, regulasi harus dirancang sedemikian rupa agar mampu memberikan perlindungan yang memadai tanpa membebani pelaku usaha secara berlebihan. Dalam perkembangan lebih lanjut, pendekatan *behavioral law and economics* juga memberikan perspektif baru dalam analisis perlindungan konsumen. Pendekatan ini mengkritik asumsi rasionalitas sempurna dalam teori ekonomi klasik dan menunjukkan bahwa konsumen seringkali membuat keputusan yang tidak rasional akibat bias kognitif. Misalnya, konsumen cenderung mengabaikan informasi penting atau terpengaruh oleh framing dalam iklan. Daniel Kahneman menjelaskan bahwa individu memiliki dua sistem berpikir, yaitu sistem cepat (*fast thinking*) yang intuitif dan sistem lambat (*slow thinking*) yang rasional.

Dalam banyak kasus, konsumen lebih sering menggunakan sistem cepat, sehingga rentan terhadap manipulasi informasi. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya diperlukan untuk mengatasi asimetri informasi, tetapi juga untuk melindungi konsumen dari keterbatasan kognitifnya sendiri. Dengan demikian, kerangka teoretis dalam penelitian ini menempatkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai instrumen yang memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dan sebagai mekanisme perlindungan terhadap konsumen. Analisis ini menunjukkan bahwa keberhasilan regulasi tidak hanya bergantung pada desain normatifnya, tetapi juga pada kemampuannya dalam mengatasi kegagalan pasar dan membentuk perilaku pelaku ekonomi secara efektif.

Analisis Ke-Ekonomian terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan salah satu instrumen hukum yang memiliki dimensi ekonomi yang sangat kuat dalam sistem hukum Indonesia. Nilai ke-ekonomian dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dipahami melalui pendekatan *Law and Economics*, yaitu menilai sejauh mana regulasi tersebut menciptakan efisiensi, mengurangi biaya sosial, dan meningkatkan kesejahteraan (*welfare*) bagi pelaku usaha dan konsumen.

Dalam perspektif *law and economics*, undang-undang ini tidak hanya dipahami sebagai alat normatif untuk melindungi konsumen, tetapi juga sebagai mekanisme untuk mengoreksi distorsi pasar serta menciptakan efisiensi ekonomi secara menyeluruh. Secara konseptual, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dipahami sebagai bentuk intervensi negara untuk mengatasi berbagai bentuk kegagalan pasar, khususnya yang disebabkan oleh asimetri informasi, eksternalitas negatif, serta ketidakseimbangan kekuatan tawar antara

pelaku usaha dan konsumen. Dalam kondisi pasar yang tidak sempurna, intervensi hukum menjadi diperlukan untuk memastikan bahwa hasil transaksi mencerminkan efisiensi dan keadilan.

Dengan demikian, system hukum membantu mendorong prinsip keadilan dan kesetaraan dalam pembangunan ekonomi, sehingga menciptakan lingkungan yang stabil dan berkelanjutan untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Salah satu fungsi utama Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam perspektif ekonomi adalah mengurangi asimetri informasi melalui mekanisme regulasi informasi.

Kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa merupakan bentuk *mandatory disclosure* yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi pasar. Dalam teori ekonomi, transparansi informasi merupakan prasyarat penting untuk terciptanya pasar yang efisien karena memungkinkan konsumen membuat keputusan yang rasional.

Nilai ke-ekonomian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bagi konsumen yaitu:

- a. Mengurangi asimetri informasi sebab Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar (*mandatory disclosure*), sehingga Konsumen dapat membuat keputusan yang lebih rasional dan terhindar dari Risiko membeli barang cacat atau berbahaya sehingga mempunyai dampak ekonomi dengan **meningkatkan efisiensi pasar dan kualitas konsumsi**.
- b. Menurunkan biaya transaksi
Dengan adanya standar perlindungan, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk memverifikasi produk sehingga Risiko sengketa berkurang dampaknya **biaya pencarian dan negosiasi menjadi lebih rendah**.
- c. Perlindungan dari perilaku oportunistik
Undang-Undang Perlindungan Konsumen membatasi praktik seperti: Iklan menyesatkan, Penipuan atau manipulasi informasi dampaknya **mengurangi kerugian ekonomi akibat perilaku tidak jujur**
- d. Meningkatkan kepercayaan pasar
Undang-Undang Perlindungan Konsumen menciptakan rasa aman, bagi konsumen lebih berani bertransaksi sehingga berdampak untuk **mendorong meningkatnya permintaan dan pertumbuhan ekonomi**

Nilai ke-ekonomian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bagi pelaku usaha yaitu:

- a. Meningkatkan reputasi dan kepercayaan yang semakin patuh dan lebih kredibel yang berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas konsumen (*repeat demand*).
- b. Menciptakan persaingan yang sehat dimana, dimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk mencegah praktik curang (*misleading conduct*, manipulasi informasi) dimana akan berdampak pada timbulnya **level playing field antar pelaku usaha artinya** kondisi

persaingan yang adil, di mana keberhasilan ditentukan oleh kualitas dan kinerja, bukan oleh keuntungan yang tidak sah.

- c. Insentif untuk meningkatkan kualitas produk
Dengan adanya kesadaran pelaku usaha secara rasional untuk memperbaiki mutu produknya atau meningkatkan standar produksinya, secara otomatis akan memberikan keuntungan atau menghindarkan dari kerugian.
- d. Mengurangi risiko litigasi jangka Panjang berarti **menurunkan kemungkinan terjadinya sengketa hukum (gugatan di pengadilan) dalam jangka waktu yang panjang**, serta menghindari biaya, waktu, dan dampak negatif yang timbul dari proses tersebut.

Lebih lanjut, pengaturan mengenai larangan perbuatan menyesatkan (*misleading conduct*) dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memiliki implikasi ekonomi yang signifikan. Larangan ini bertujuan untuk mencegah pelaku usaha memperoleh keuntungan melalui manipulasi informasi, yang dalam jangka panjang dapat merusak kepercayaan pasar. Dalam perspektif ekonomi perilaku (*behavioral economics*), konsumen seringkali tidak mampu sepenuhnya mengevaluasi informasi secara rasional, sehingga rentan terhadap praktik pemasaran yang menyesatkan. Oleh karena itu, intervensi hukum menjadi penting untuk melindungi konsumen dari bias kognitif yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Melalui ketentuan tanggung jawab hukum, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memaksa pelaku usaha untuk menginternalisasi biaya tersebut, sehingga mereka memiliki insentif untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk. Melalui ketentuan tanggung jawab hukum, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memaksa pelaku usaha untuk menginternalisasi biaya tersebut, sehingga mereka memiliki insentif untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk.

Hal ini sejalan dengan teori *optimal deterrence* yang menyatakan bahwa sanksi hukum harus dirancang sedemikian rupa agar mampu mencegah terjadinya pelanggaran secara efisien. Dari sudut pandang biaya transaksi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memiliki peran penting dalam menciptakan efisiensi ekonomi. Ronald Coase menjelaskan bahwa biaya transaksi merupakan faktor utama yang mempengaruhi efisiensi pertukaran dalam pasar. Dalam kondisi tanpa regulasi, konsumen harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memperoleh informasi, melakukan negosiasi, dan menegakkan haknya. Hal ini dapat menyebabkan pasar menjadi tidak efisien.

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, biaya transaksi tersebut dapat ditekan melalui:

1. Standarisasi informasi
2. Mekanisme penyelesaian sengketa
3. Kepastian hukum

Namun demikian, perlu diakui bahwa regulasi juga menimbulkan biaya kepatuhan (*compliance cost*) bagi pelaku usaha. Biaya ini meliputi:

1. Biaya pelabelan
2. Biaya sertifikasi
3. Biaya administrasi hukum

Dalam perspektif ekonomi, regulasi yang optimal adalah regulasi yang mampu menyeimbangkan antara manfaat perlindungan konsumen dan biaya kepatuhan yang ditanggung oleh pelaku usaha. Jika biaya kepatuhan terlalu tinggi, maka dapat menghambat inovasi dan mengurangi daya saing pelaku usaha, terutama bagi usaha kecil dan menengah.

Selanjutnya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memiliki fungsi dalam mendorong persaingan usaha yang sehat.

Dalam pasar yang tidak diatur, pelaku usaha yang tidak jujur dapat memperoleh keuntungan dengan cara mengurangi kualitas produk atau memberikan informasi yang menyesatkan. Hal ini menciptakan persaingan yang tidak sehat dan merugikan pelaku usaha yang jujur. Dengan adanya regulasi perlindungan konsumen, pelaku usaha dituntut untuk bersaing berdasarkan kualitas dan harga yang wajar. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan efisiensi pasar secara keseluruhan. Namun, efektivitas fungsi-fungsi tersebut sangat bergantung pada implementasi dan penegakan hukum. Dalam banyak kasus di Indonesia, kelemahan utama UUPK terletak pada aspek *enforcement*. Menurut teori ekonomi yang dikemukakan oleh Gary Becker, kepatuhan terhadap hukum dipengaruhi oleh ekspektasi biaya pelanggaran, yang merupakan hasil dari probabilitas penegakan hukum dikalikan dengan besarnya sanksi.

Dalam konteks Indonesia, rendahnya tingkat penegakan hukum menyebabkan ekspektasi biaya pelanggaran menjadi rendah. Akibatnya, pelaku usaha tidak memiliki insentif yang cukup untuk mematuhi ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal ini menciptakan kondisi di mana pelanggaran terhadap hak konsumen menjadi praktik yang relatif umum. Selain itu, kelemahan dalam mekanisme penyelesaian sengketa, seperti keterbatasan kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), juga mengurangi efektivitas perlindungan konsumen.

Dalam konteks ekonomi digital, tantangan terhadap efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi semakin kompleks. Transaksi yang dilakukan melalui platform digital menciptakan bentuk baru dari asimetri informasi, di mana konsumen tidak hanya menghadapi keterbatasan informasi mengenai produk, tetapi juga mengenai identitas dan kredibilitas pelaku usaha.

Selain itu, muncul pula fenomena baru seperti:

1. Manipulasi ulasan (*fake reviews*)
2. Iklan berbasis algoritma
3. Penyalahgunaan data konsumen
4. Fenomena ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dirancang dalam konteks ekonomi konvensional perlu diadaptasi untuk menghadapi tantangan ekonomi digital.

Dari perspektif *law and economics*, adaptasi ini penting untuk memastikan bahwa regulasi tetap relevan dan mampu menciptakan efisiensi pasar. Regulasi yang tidak adaptif akan menyebabkan ketidaksesuaian antara norma hukum dan realitas ekonomi, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan pasar. Dengan demikian, analisis ke-ekonomian terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa meskipun undang-undang ini memiliki desain

normatif yang cukup baik dalam mengatasi kegagalan pasar, efektivitasnya masih sangat bergantung pada kualitas implementasi dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi modern.

Kepercayaan Pasar (Market Trust) sebagai Output Regulasi (Pendekatan Ekonomi-Hukum)

Kepercayaan pasar (*market trust*) merupakan elemen fundamental dalam keberlangsungan sistem ekonomi modern yang tidak hanya berfungsi sebagai faktor psikologis, tetapi juga sebagai variabel ekonomi yang menentukan tingkat efisiensi dan stabilitas pasar. Dalam perspektif *law and economics*, kepercayaan pasar dapat dipahami sebagai output dari kualitas regulasi hukum dan efektivitas institusi yang mengaturnya. Regulasi yang dirancang secara baik dan ditegakkan secara konsisten akan menghasilkan tingkat kepercayaan yang tinggi, sedangkan regulasi yang lemah akan menciptakan ketidakpastian yang berdampak negatif terhadap aktivitas ekonomi.

Dalam konteks pasar, keberadaan regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memainkan peran penting dalam membentuk ekspektasi bahwa transaksi ekonomi akan berlangsung secara adil, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Ekspektasi ini menjadi dasar terbentuknya kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepercayaan pasar juga memiliki hubungan yang erat dengan efisiensi ekonomi. Dalam teori ekonomi, tingkat kepercayaan yang tinggi akan menurunkan biaya transaksi karena pelaku ekonomi tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk melakukan verifikasi, pengawasan, atau pengamanan terhadap potensi risiko. Sebaliknya, dalam kondisi kepercayaan yang rendah, biaya transaksi akan meningkat secara signifikan, yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, kepercayaan pasar dapat dipandang sebagai variabel antara yang menghubungkan regulasi dengan efisiensi ekonomi. Dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kepercayaan pasar dibangun melalui beberapa mekanisme utama, yaitu perlindungan terhadap hak konsumen, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, serta adanya mekanisme sanksi terhadap pelanggaran. Ketentuan ini bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum dan mengurangi risiko dalam transaksi ekonomi. Namun, efektivitas mekanisme tersebut sangat bergantung pada kualitas penegakan hukum.

Dalam konteks Indonesia, lemahnya penegakan hukum menyebabkan rendahnya ekspektasi biaya pelanggaran, sehingga pelaku usaha tidak memiliki insentif yang cukup untuk mematuhi ketentuan hukum. Kondisi ini secara langsung berdampak pada menurunnya kepercayaan pasar, karena konsumen tidak memiliki jaminan bahwa hak-haknya akan dilindungi secara efektif. Selain itu, kepercayaan pasar juga dapat dipahami sebagai suatu bentuk barang publik (*public good*) dalam sistem ekonomi. Kepercayaan memiliki sifat non-rival dan non-excludable, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh pelaku ekonomi tanpa mengurangi manfaat bagi pihak lain. Namun, karena sifat tersebut, mekanisme pasar tidak selalu mampu menghasilkan tingkat kepercayaan yang

optimal, sehingga diperlukan intervensi negara melalui regulasi untuk memastikan bahwa kepercayaan pasar dapat terjaga.

Dalam era ekonomi digital, dinamika kepercayaan pasar menjadi semakin kompleks. Platform digital seperti e-commerce dan fintech telah menciptakan mekanisme baru dalam membangun kepercayaan, seperti sistem rating, *review*, dan *escrow payment*.

Meskipun mekanisme ini mampu meningkatkan kepercayaan secara praktis, namun tetap memiliki keterbatasan karena rentan terhadap manipulasi dan tidak memiliki akuntabilitas publik yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang dibangun oleh mekanisme pasar tidak dapat sepenuhnya menggantikan peran regulasi hukum. Lebih lanjut, dalam konteks Indonesia, terdapat fenomena *trust deficit*, yaitu kesenjangan antara ekspektasi konsumen terhadap perlindungan hukum dan realitas yang mereka alami. Fenomena ini terlihat dari tingginya tingkat pengaduan konsumen serta rendahnya efektivitas penyelesaian sengketa. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem hukum masih belum optimal, sehingga konsumen lebih mengandalkan mekanisme privat daripada perlindungan hukum formal.

Dalam perspektif *law and economics*, kondisi ini dapat dikategorikan sebagai kegagalan institusional (*institutional failure*), yang terjadi ketika institusi hukum tidak mampu menjalankan fungsinya secara efektif. Kegagalan ini memiliki dampak yang luas, tidak hanya terhadap perlindungan konsumen, tetapi juga terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pasar merupakan output yang sangat dipengaruhi oleh kualitas regulasi dan efektivitas institusi hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memiliki potensi besar dalam membangun kepercayaan pasar, namun potensi tersebut belum sepenuhnya terealisasi akibat lemahnya penegakan hukum dan ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya reformasi yang komprehensif untuk memperkuat peran regulasi dalam menciptakan kepercayaan pasar yang berkelanjutan.

Analisis Efisiensi Pasar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Efisiensi pasar merupakan salah satu tujuan utama dalam sistem ekonomi modern, di mana sumber daya dialokasikan secara optimal sehingga menghasilkan kesejahteraan maksimal bagi masyarakat. Dalam perspektif *law and economics*, efisiensi pasar tidak hanya ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran, tetapi juga oleh keberadaan regulasi hukum yang mampu mengoreksi kegagalan pasar.

Dalam konteks ini, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memiliki peran strategis sebagai instrumen hukum yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi pasar melalui perlindungan terhadap konsumen dan pengaturan perilaku pelaku usaha.

Salah satu kontribusi utama Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap efisiensi pasar adalah kemampuannya dalam mengurangi asimetri

informasi. Dalam teori ekonomi, asimetri informasi terjadi ketika pelaku usaha memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan konsumen, sehingga menciptakan ketidakseimbangan dalam transaksi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatasi permasalahan ini melalui kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya transparansi informasi, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih rasional, sehingga alokasi sumber daya dalam pasar menjadi lebih efisien.

Dalam perspektif efisiensi alokatif, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendorong terciptanya pasar yang lebih kompetitif dan transparan. Dengan adanya regulasi yang melarang praktik-praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan dan informasi menyesatkan, pelaku usaha dituntut untuk bersaing secara sehat berdasarkan kualitas dan harga yang wajar. Hal ini akan meningkatkan kualitas produk yang tersedia di pasar serta mendorong alokasi sumber daya ke sektor yang lebih produktif. Namun demikian, perlu diakui bahwa keberadaan regulasi juga dapat menimbulkan biaya kepatuhan (*compliance costs*) bagi pelaku usaha. Biaya ini meliputi biaya administrasi, pelabelan, sertifikasi, serta pemenuhan standar tertentu. Dalam perspektif *law and economics*, regulasi yang optimal adalah regulasi yang mampu menyeimbangkan antara manfaat perlindungan konsumen dan biaya yang ditimbulkan bagi pelaku usaha. Jika biaya kepatuhan terlalu tinggi, maka dapat menghambat inovasi dan mengurangi efisiensi pasar, khususnya bagi usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, desain regulasi harus mempertimbangkan prinsip proporsionalitas agar tidak menimbulkan distorsi ekonomi yang berlebihan.

Dalam era ekonomi digital, tantangan terhadap efisiensi pasar menjadi semakin kompleks. Transaksi berbasis platform digital menciptakan bentuk baru dari asimetri informasi, seperti manipulasi ulasan (*fake reviews*) dan penggunaan algoritma dalam pemasaran. Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dirancang dalam konteks ekonomi konvensional perlu diadaptasi untuk menghadapi tantangan ini agar tetap mampu menciptakan efisiensi pasar dalam lingkungan digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi pasar melalui pengurangan asimetri informasi, penurunan biaya transaksi, serta internalisasi eksternalitas.

Kegagalan Institusional Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi

Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memiliki desain normatif yang relatif komprehensif, dalam praktiknya regulasi ini menunjukkan karakteristik *institutional failure*. Mengacu pada pemikiran Douglass C. North, institusi yang tidak mampu menegakkan aturan secara konsisten akan kehilangan legitimasi dan efektivitasnya dalam mengurangi ketidakpastian.

Dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia, kegagalan institusional ini tercermin dari rendahnya efektivitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), lemahnya daya eksekusi putusan, serta terbatasnya kapasitas

pengawasan pasar (*market surveillance*). Kondisi ini menyebabkan regulasi tidak mampu menciptakan *credible commitment* bagi pelaku usaha untuk bertindak sesuai hukum.

Lebih lanjut, kegagalan institusional ini berdampak langsung terhadap terbentuknya fenomena *low-trust equilibrium*, yaitu kondisi di mana pelaku pasar beroperasi dalam tingkat kepercayaan yang rendah sehingga meningkatkan biaya transaksi secara sistemik. Dalam situasi ini, konsumen cenderung mengandalkan mekanisme privat seperti reputasi platform dibandingkan perlindungan hukum formal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis ke-ekonomian terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam perspektif *law and economics*, dapat disimpulkan bahwa secara konseptual undang-undang ini telah dirancang sebagai instrumen hukum yang mampu mengoreksi berbagai bentuk kegagalan pasar, khususnya yang disebabkan oleh asimetri informasi, eksternalitas, serta ketidakseimbangan kekuatan tawar antara pelaku usaha dan konsumen. Melalui pengaturan mengenai hak dan kewajiban para pihak, kewajiban penyampaian informasi yang benar, serta mekanisme tanggung jawab pelaku usaha, undang-undang ini berfungsi untuk meningkatkan transparansi pasar, menurunkan biaya transaksi, dan mendorong terciptanya efisiensi ekonomi secara keseluruhan.

Namun demikian, dalam implementasinya, efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen masih menghadapi berbagai kendala struktural dan institusional. Lebih lanjut, perkembangan ekonomi digital telah menghadirkan tantangan baru yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Transaksi berbasis platform digital, penggunaan algoritma dalam pemasaran, serta eksploitasi data konsumen telah menciptakan bentuk baru dari asimetri informasi yang lebih kompleks dan sulit dikendalikan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kerangka regulasi yang ada dengan realitas ekonomi modern, sehingga mengurangi efektivitas perlindungan konsumen dan berpotensi menurunkan kepercayaan pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Akerlof, George A. "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *Quarterly Journal of Economics* 84, no. 3 (1970): 488-500.
- Arrow, Kenneth J. "Gifts and Exchanges." *Philosophy & Public Affairs* 1, no. 4 (1972): 343-362.
- Becker, Gary S. "Crime and Punishment: An Economic Approach." *Journal of Political Economy* 76, no. 2 (1968): 169-217.
- Coase, Ronald H. "The Problem of Social Cost." *Journal of Law and Economics* 3 (1960): 1-44.
- Cooter, Robert, and Thomas Ulen. *Law and Economics*. Boston: Pearson, 2012.
- Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing, 2006.

-
- Kahneman, Daniel. *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- North, Douglass C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- OECD. *Consumer Policy and the Digital Economy*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2019.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Laporan Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*. Jakarta: OJK, 2023.
- Posner, Richard A. *Economic Analysis of Law*. New York: Aspen Publishers, 2014.
- Shavell, Steven. *Economic Analysis of Accident Law*. Cambridge: Harvard University Press, 1987.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2007.
- Stiglitz, Joseph E. *Economics of the Public Sector*. New York: W.W. Norton & Company, 2000.
- Stiglitz, Joseph E. "Information and the Change in the Paradigm in Economics." *American Economic Review* 92, no. 3 (2002): 460–501.
- Sunstein, Cass R. *Behavioral Law and Economics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Varian, Hal R. *Microeconomic Analysis*. New York: W.W. Norton & Company, 1992.
- World Bank. *World Development Report: Digital Economy*. Washington, DC: World Bank, 2021.
- European Commission. *Consumer Rights Directive 2011/83/EU*. Brussels: European Union, 2011.
- European Union. *General Data Protection Regulation (GDPR) 2016/679*. Brussels: European Union, 2016.
- Federal Trade Commission. *Consumer Protection in the E-Commerce Marketplace*. Washington, DC: FTC, 2020.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Data Pengaduan Konsumen Nasional*. Jakarta: Kemendag RI, 2023.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: BPKN, 2022.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.