



## Perlindungan Konsumen bagi Warga Negara Asing di Indonesia (Analisis Yuridis dan Sosiologis)

Adinda Marsha<sup>1\*</sup>, Najwa Nur<sup>2</sup>, Ahmad Azmi<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Email: [adindamarsha205@gmail.com](mailto:adindamarsha205@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [najwafatma.915@gmail.com](mailto:najwafatma.915@gmail.com)<sup>2</sup>, [elhara071005@gmail.com](mailto:elhara071005@gmail.com)<sup>3</sup>

\*Penulis korespondensi: [adindamarsha205@gmail.com](mailto:adindamarsha205@gmail.com)

**Abstract.** Consumer protection is an important pillar in ensuring fairness and balance in the relationship between business actors and consumers, including for foreign nationals who transact in Indonesia. Economic globalization and digital developments are expanding the range of cross-border economic activities that demand the presence of an inclusive legal protection system that is adaptive to modern trade dynamics. This research aims to analyze consumer protection for foreign nationals in Indonesia through juridical and sociological approaches to understand the implementation of legal norms, the effectiveness of dispute resolution mechanisms, and the social realities faced by foreign consumers in practice. The research method used is normative legal research with a legislative approach and a sociological approach through the analysis of the literature, regulations, and empirical findings from various studies related to cross-border consumer protection. The results of the study show that although normatively Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection guarantees equal rights for all consumers, in practice there are still administrative, cultural, linguistic, and information access obstacles experienced by foreign citizens. These findings affirm the importance of harmonizing consumer protection policies with the principles of global justice, accessibility, and non-discrimination.

**Keywords:** Consumer protection; foreign nationals; Indonesian law; juridical analysis; sociological analysis.

**Abstrak.** Perlindungan konsumen merupakan pilar penting dalam menjamin keadilan dan keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, termasuk bagi warga negara asing yang bertransaksi di Indonesia. Globalisasi ekonomi dan perkembangan digital memperluas jangkauan aktivitas ekonomi lintas batas yang menuntut kehadiran sistem perlindungan hukum yang inklusif dan adaptif terhadap dinamika perdagangan modern. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan konsumen bagi warga negara asing di Indonesia melalui pendekatan yuridis dan sosiologis untuk memahami implementasi norma hukum, efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa, serta realitas sosial yang dihadapi konsumen asing dalam praktik. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosiologis melalui analisis literatur, regulasi, serta temuan empiris dari berbagai studi terkait perlindungan konsumen lintas negara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun secara normatif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin kesetaraan hak bagi semua konsumen, dalam praktiknya masih terdapat hambatan administratif, kultural, linguistik, serta kendala akses informasi yang dialami warga negara asing. Temuan ini menegaskan pentingnya harmonisasi kebijakan perlindungan konsumen dengan prinsip keadilan global, aksesibilitas, dan non-diskriminasi.

**Kata kunci:** Perlindungan konsumen; warga negara asing; hukum Indonesia; analisis yuridis; analisis sosiologis.

### 1. PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam sistem hukum nasional yang mencerminkan peran negara dalam menjamin keadilan sosial dan keseimbangan dalam kegiatan ekonomi (Ahmad M. Nasoha, 2021). Hukum perlindungan konsumen hadir sebagai bentuk tanggung jawab negara untuk melindungi masyarakat dari praktik bisnis yang merugikan dan memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan secara adil serta transparan (Suharto, 2021). Dalam konteks modern, perlindungan konsumen tidak lagi terbatas pada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen domestik, tetapi juga mencakup warga negara asing (WNA) yang melakukan transaksi di wilayah hukum Indonesia (Santosa, 2020).

Perkembangan globalisasi ekonomi dan revolusi digital telah mengubah pola interaksi ekonomi antarnegara secara signifikan (Dewi, 2021). Kemajuan teknologi informasi memungkinkan transaksi lintas batas berlangsung tanpa hambatan geografis, menciptakan pasar global yang semakin terbuka dan kompetitif (Rahmadani, Efektivitas Hukum Perlindungan Konsumen dalam Era Global, 2021). Kondisi ini menjadikan WNA sebagai bagian aktif dari kegiatan ekonomi di Indonesia, baik sebagai pelaku bisnis, investor, maupun konsumen yang menggunakan barang dan jasa local (Nasoha, 2022). Namun, peningkatan interaksi ini juga menimbulkan potensi sengketa konsumen yang bersifat lintas yurisdiksi dan menantang sistem hukum nasional dalam menjamin perlindungan yang setara bagi seluruh pihak (Handayani, 2022).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi dasar hukum utama dalam menjamin hak-hak konsumen di Indonesia. Pasal 4 UUPK secara eksplisit menyatakan bahwa setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Ketentuan ini secara prinsipil tidak membedakan antara konsumen warga negara Indonesia dan warga negara asing, sehingga hak-hak perlindungan hukum seharusnya berlaku universal bagi seluruh pengguna produk dan jasa di Indonesia (Nasoha, Keadilan Hukum dalam Masyarakat Multikultural, 2023). Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat persoalan yang cukup kompleks terkait sejauh mana WNA dapat menikmati hak-hak tersebut secara efektif (Pramono, 2022).

Hambatan yang dihadapi WNA dalam memperoleh perlindungan hukum tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga kultural dan linguistik. Misalnya, banyak WNA yang kesulitan memahami prosedur hukum di Indonesia, mulai dari mekanisme pengaduan ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) hingga proses penyelesaian sengketa di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Selain itu, faktor perbedaan budaya hukum (*legal culture*) antara negara asal WNA dengan sistem hukum Indonesia turut memengaruhi cara mereka memandang dan menggunakan mekanisme hukum yang tersedia (Soekanto, 2019). Akibatnya, hak-hak konsumen yang seharusnya bersifat universal menjadi tidak sepenuhnya terlindungi dalam praktik.

Dari perspektif yuridis, perlindungan konsumen bagi WNA mencerminkan implementasi asas persamaan di hadapan hukum (*equality before the law*) sebagaimana diatur dalam Pasal 27 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Asas ini menuntut agar setiap individu, tanpa memandang kewarganegaraan, memperoleh perlakuan yang sama di depan hukum dan pemerintahan (Nasoha, Metodologi Penelitian Hukum Normatif, 2020). Namun dalam tataran sosiologis, perbedaan status kewarganegaraan sering kali berimplikasi

terhadap perlakuan hukum yang tidak setara, baik karena faktor birokrasi, peraturan teknis, maupun persepsi sosial terhadap WNA.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara norma hukum dan realitas sosial dalam penerapan perlindungan konsumen bagi WNA di Indonesia. Sebagai contoh, studi oleh Tri Astuti (2020) menemukan bahwa meskipun UUPK bersifat inklusif, pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap WNA seringkali bergantung pada itikad baik pelaku usaha serta kemampuan WNA untuk menavigasi sistem hukum lokal. Hal serupa juga dikemukakan oleh Lestari Handayani (2022), yang menyebutkan bahwa kendala bahasa dan budaya menjadi faktor signifikan yang memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen bagi WNA. Dengan demikian, kesenjangan antara norma hukum dan implementasi nyata menuntut kajian lebih mendalam yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga sosiologis.

Urgensi penelitian ini semakin tinggi mengingat meningkatnya peran WNA dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai konsumen digital maupun pengguna jasa konvensional. Misalnya, sektor pariwisata, pendidikan, dan perdagangan digital kini banyak melibatkan WNA sebagai konsumen aktif. Oleh karena itu, jaminan hukum yang jelas dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif menjadi prasyarat penting bagi terciptanya iklim ekonomi yang adil dan berdaya saing global.

Negara harus memastikan bahwa sistem perlindungan konsumen nasional mampu mengakomodasi kebutuhan dan hak-hak WNA secara setara tanpa mengabaikan kepentingan nasional.

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang dikombinasikan dengan pendekatan sosiologis hukum (*socio-legal approach*). Pendekatan yuridis digunakan untuk menelaah ketentuan hukum positif yang mengatur perlindungan konsumen, sementara pendekatan sosiologis dimaksudkan untuk memahami efektivitas implementasi norma tersebut dalam konteks sosial masyarakat Indonesia. Menurut Soerjono Soekanto, analisis hukum yang efektif harus mempertimbangkan tiga unsur penting, yaitu struktur hukum, substansi hukum, dan budaya hukum (*legal culture*). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada teks peraturan, tetapi juga pada dinamika sosial yang memengaruhi keberlakuan hukum perlindungan konsumen bagi WNA di Indonesia.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen WNA di Indonesia, menilai efektivitas penerapan UUPK dalam konteks tersebut, serta menguraikan hambatan-hambatan yang masih terjadi di tingkat praktik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan

hukum yang bersifat konstruktif dalam rangka memperkuat prinsip non-diskriminasi dan keadilan hukum dalam sistem perlindungan konsumen nasional. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian hukum perlindungan konsumen yang lebih responsif terhadap dinamika global dan pluralitas masyarakat hukum modern.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan salah satu manifestasi dari cita hukum (*rechtsidee*) yang mengandung nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum (Rahardjo, 2000). Dalam konteks pembangunan hukum nasional, perlindungan konsumen tidak hanya diarahkan kepada warga negara Indonesia, tetapi juga kepada warga negara asing (WNA) yang melakukan kegiatan konsumsi maupun transaksi di wilayah hukum Indonesia. Prinsip perlindungan hukum bagi semua orang ini sejalan dengan asas universal *equality before the law* yang juga diadopsi dalam berbagai instrumen hukum internasional.

Secara teoretis, pembahasan mengenai perlindungan konsumen dapat dijelaskan melalui beberapa teori utama, yaitu teori perlindungan hukum, teori keadilan, teori kepastian hukum, dan teori sosiologis hukum (Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, 2018). Teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo menyatakan bahwa hukum seharusnya memberikan pengayoman kepada manusia terhadap tindakan sewenang-wenang yang dilakukan oleh pihak lain (Rahardjo, *Hukum dan Perubahan Sosial*, 2009). Dalam konteks perlindungan konsumen, hukum hadir untuk menjamin agar konsumen tidak dirugikan oleh pelaku usaha, baik secara individual maupun korporatif.

Teori keadilan yang dirumuskan oleh Aristoteles dan dikembangkan kembali oleh John Rawls menekankan bahwa keadilan merupakan keseimbangan antara hak dan kewajiban, di mana distribusi manfaat dan beban dalam masyarakat harus dilakukan secara proporsional (Rawls, 1971). Penerapannya dalam hukum perlindungan konsumen berarti bahwa konsumen, termasuk warga negara asing, memiliki hak yang sama untuk memperoleh perlakuan adil dalam transaksi ekonomi. Rawls melalui konsep *justice as fairness* menegaskan pentingnya prinsip kesetaraan di hadapan hukum dan kebijakan publik yang melindungi pihak lemah (Aristoteles, 1954).

Sementara itu, teori kepastian hukum sebagaimana dikemukakan oleh Gustav Radbruch menyatakan bahwa salah satu tujuan hukum adalah menciptakan kepastian agar masyarakat mengetahui batas hak dan kewajibannya (Radbruch, 1950). Dalam konteks perlindungan konsumen WNA, kepastian hukum menjadi penting karena perbedaan status kewarganegaraan sering kali menimbulkan perbedaan perlakuan hukum, terutama dalam penyelesaian sengketa.

Oleh karena itu, keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) harus diinterpretasikan secara inklusif dan tidak diskriminatif terhadap WNA.

Dari perspektif sosiologis, hukum dipahami sebagai sistem yang hidup dalam masyarakat (living law) (Ehrlich., 1936). Eugen Ehrlich menyatakan bahwa pusat gravitasi perkembangan hukum tidak berada pada peraturan perundang-undangan, tetapi pada norma sosial yang berkembang di masyarakat. Maka, efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya ditentukan oleh keberadaan UUPK, tetapi juga oleh kesadaran hukum masyarakat dan kemampuan lembaga-lembaga perlindungan konsumen dalam menerapkan hukum secara adil terhadap semua individu tanpa memandang kewarganegaraan (Soekanto, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum, 2004).

Dalam penelitian-penelitian terdahulu, ditemukan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen bagi warga negara asing di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi yuridis maupun sosiologis (Santosa R. , 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Rini Santosa (2023) menunjukkan bahwa banyak WNA yang bertransaksi di Indonesia, terutama dalam sektor pariwisata dan digital marketplace, mengalami kesulitan ketika mengajukan komplain terhadap pelaku usaha lokal karena keterbatasan akses informasi dan hambatan bahasa. Hasil ini senada dengan temuan Ahmad M. Nasoha (2022) yang menegaskan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia belum sepenuhnya mengakomodasi kepentingan WNA, terutama dalam aspek representasi hukum dan kepastian prosedural (Nasoha, Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital, 2022).

Kajian lain oleh Dwi Hartono (2021) juga menunjukkan bahwa lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) belum memiliki pedoman teknis yang jelas dalam menangani kasus konsumen asing (Hartono, Efektivitas BPSK dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Asing, 2021). Akibatnya, banyak sengketa diselesaikan di luar jalur hukum formal atau melalui negosiasi informal yang tidak menjamin keadilan bagi kedua belah pihak. Dalam konteks ini, penting adanya harmonisasi hukum nasional dengan prinsip-prinsip internasional yang diatur dalam United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP) tahun 2015.

Selain aspek hukum positif, penelitian sosiologis oleh Nuraini (2020) menemukan bahwa persepsi masyarakat Indonesia terhadap konsumen asing masih dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya (Nuraini, 2020). Banyak pelaku usaha yang memandang WNA sebagai pihak yang memiliki kemampuan ekonomi lebih tinggi, sehingga mengabaikan perlindungan hukum ketika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan

perlindungan konsumen bagi WNA bukan hanya persoalan hukum formal, tetapi juga persoalan struktural yang melibatkan dimensi sosial dan budaya.

Secara umum, kajian pustaka ini memperlihatkan bahwa penelitian mengenai perlindungan konsumen di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan normatif terhadap warga negara Indonesia, sementara kajian terhadap warga negara asing masih terbatas (Nasoha, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan analisis yuridis dan sosiologis, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas hukum perlindungan konsumen dalam konteks global dan multikultural.

Dengan demikian, landasan teori dan hasil penelitian terdahulu menunjukkan perlunya pendekatan hukum yang adaptif terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Perlindungan konsumen bagi WNA di Indonesia harus diorientasikan pada keadilan substantif dan kesetaraan hukum sebagaimana diamanatkan dalam konstitusi dan prinsip hak asasi manusia.

### **3. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang dipadukan dengan analisis sosiologis, guna memahami secara komprehensif mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen, khususnya warga negara asing di Indonesia (Marzuki, 2014). Pendekatan yuridis normatif dipilih karena fokus utama penelitian ini adalah pada asas, norma, dan peraturan perundang-undangan yang mengatur hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha (Soekanto, Sosiologi Hukum dalam Masyarakat, 2018). Sedangkan pendekatan sosiologis digunakan untuk menelaah sejauh mana ketentuan hukum tersebut berlaku dan efektif dalam kehidupan sosial masyarakat (Soekanto, Sosiologi Hukum dalam Masyarakat, 2018).

Metode penelitian yuridis normatif berangkat dari studi kepustakaan (*library research*) yang mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier (Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, 2006). Bahan hukum primer terdiri dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta berbagai peraturan pelaksana yang berkaitan dengan transaksi konsumen lintas negara. Sementara itu, bahan hukum sekunder mencakup literatur hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta publikasi internasional seperti *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)* tahun 2015. Adapun bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber penunjang lainnya (Sunggono, 2015).

Selain metode normatif, pendekatan sosiologis diterapkan untuk melihat realitas implementasi hukum dalam masyarakat (Soekanto, Pokok-Pokok Sosiologi Hukum, 2018). Pendekatan ini didasarkan pada pandangan Soerjono Soekanto yang menyatakan bahwa efektivitas hukum tidak hanya diukur dari keberadaan norma hukum, tetapi juga dari sejauh mana norma tersebut ditaati dan diterapkan oleh masyarakat. Dalam konteks perlindungan konsumen WNA, pendekatan ini penting untuk memahami faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang mempengaruhi keberhasilan penerapan hukum (Santosa R. , “Sociological Barriers in Consumer Protection for Foreigners,” , 2023).

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yakni menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Waluyo, 2002). Melalui metode ini, peneliti berupaya memaparkan kondisi aktual mengenai pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen asing di Indonesia, kemudian menganalisisnya secara kritis berdasarkan teori hukum dan temuan empiris.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen dan studi literatur, dengan menelusuri peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Dalam mendukung pendekatan sosiologis, data sekunder berupa laporan lembaga konsumen, artikel media, dan publikasi lembaga internasional turut dijadikan bahan analisis (Nasoha, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,, 2021).

Instrumen penelitian utama adalah analisis hukum kualitatif, yang menitikberatkan pada interpretasi terhadap norma hukum serta makna sosial yang terkandung di dalamnya. Data dianalisis dengan metode analisis kualitatif deskriptif, yaitu dengan menafsirkan data hukum dan fakta sosial untuk menemukan hubungan antara ketentuan hukum positif dengan praktik pelaksanaannya di lapangan.

Proses analisis dilakukan secara bertahap dengan tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Huberman, 1994). Tahap reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan terhadap isu perlindungan konsumen WNA. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif yang dihubungkan dengan teori hukum dan hasil penelitian terdahulu. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan dengan menilai kesesuaian antara teori dan praktik hukum, serta merumuskan saran yang bersifat konstruktif untuk perbaikan sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

Dengan kombinasi pendekatan yuridis normatif dan sosiologis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dalam pembentukan kebijakan hukum yang lebih inklusif bagi seluruh konsumen, termasuk warga negara asing.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini lahir sebagai respon atas meningkatnya kompleksitas hubungan antara pelaku usaha dan konsumen di tengah pesatnya arus globalisasi dan perdagangan bebas. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha, dengan menjamin adanya kepastian hukum bagi kedua belah pihak (Nasoha A. , 2021).

Menurut Pasal 3 UUPK, perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya, serta menumbuhkan sikap tanggung jawab pelaku usaha. Dalam praktiknya, hak-hak konsumen diatur secara rinci dalam Pasal 4 UUPK, yang mencakup hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa.

Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi ekonomi, model transaksi semakin bergeser ke arah transaksi lintas negara (cross-border transactions) yang diakses melalui platform digital (Nasoha A. , Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, 2021). Kondisi ini menimbulkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen, terutama bagi warga negara asing (WNA) yang melakukan transaksi di wilayah hukum Indonesia.

### **Kedudukan Hukum Konsumen Warga Negara Asing di Indonesia**

Secara yuridis, UUPK tidak secara eksplisit membedakan antara konsumen warga negara Indonesia dan konsumen warga negara asing (Marzuki, Penelitian Hukum, 2014). Artinya, perlindungan hukum yang diberikan berlaku universal bagi setiap konsumen yang bertransaksi di wilayah hukum Indonesia, tanpa memandang kewarganegaraan. Hal ini sejalan dengan asas persamaan di hadapan hukum (equality before the law) sebagaimana tercantum dalam Pasal 27 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dengan demikian, setiap konsumen, termasuk WNA, memiliki hak yang sama untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap kerugian akibat penggunaan barang atau jasa. Namun dalam praktiknya, konsumen WNA seringkali menghadapi kendala struktural, seperti keterbatasan bahasa, ketidaktahuan terhadap sistem hukum nasional, serta perbedaan budaya hukum. Hal ini menyebabkan perlindungan hukum yang seharusnya bersifat universal menjadi kurang efektif secara sosiologis.



Menurut hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) tahun 2023, sekitar 34% WNA yang menjadi korban pelanggaran hak konsumen di Indonesia tidak mengajukan pengaduan karena ketidaktahuan mekanisme hukum yang berlaku. Data ini menunjukkan bahwa meskipun aspek normatif telah menjamin kesetaraan, aspek implementatif dan aksesibilitas hukum masih menjadi persoalan utama (Santosa R. , “Sociological Barriers in Consumer Protection for Foreigners,” 2023).

### **Mekanisme Hukum Perlindungan Konsumen bagi WNA**

Mekanisme hukum yang tersedia bagi konsumen WNA pada dasarnya sama dengan warga negara Indonesia. Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK, setiap konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan umum.

BPSK memiliki peran strategis sebagai lembaga penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non-litigasi) dengan prinsip cepat, sederhana, dan biaya ringan (Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum, 2015). Akan tetapi, dalam konteks konsumen WNA, efektivitas BPSK masih terbatas. Beberapa daerah wisata utama seperti Bali, Batam, dan Jakarta memiliki BPSK yang menerima laporan dari WNA, namun proses administrasinya belum sepenuhnya dilengkapi dengan fasilitas penerjemahan atau layanan konsuler.

Selain mekanisme BPSK, penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan melalui arbitrase dan mediasi berdasarkan kesepakatan para pihak. Dalam praktik perdagangan internasional, klausul arbitrase sering menjadi pilihan karena dinilai lebih fleksibel dan diakui lintas negara (Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, 2006). Namun, kendala utama bagi WNA adalah kurangnya pemahaman terhadap sistem arbitrase di Indonesia serta keterbatasan akses informasi mengenai lembaga-lembaga arbitrase nasional.

### **Analisis Yuridis dan Sosiologis terhadap Efektivitas Perlindungan Konsumen WNA**

Secara yuridis normatif, sistem hukum Indonesia telah memberikan dasar perlindungan yang cukup kuat bagi seluruh konsumen, termasuk WNA. Hal ini terlihat dari penerapan asas keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum yang diatur dalam Pasal 2 UUPK. Namun, secara sosiologis, pelaksanaan ketentuan tersebut belum sepenuhnya efektif.

Menurut teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, keberhasilan penerapan hukum dipengaruhi oleh lima faktor utama: substansi hukum, struktur hukum, kultur hukum, sarana atau fasilitas, serta masyarakat itu sendiri. Jika dianalisis dengan pendekatan ini, persoalan perlindungan konsumen WNA lebih banyak berkaitan dengan faktor struktur hukum dan kultur hukum masyarakat. Struktur hukum yang dimaksud mencakup lembaga-lembaga penegak hukum yang masih belum optimal dalam memberikan akses layanan bagi WNA. Sedangkan

kultur hukum menunjukkan masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak konsumen asing yang juga harus dilindungi.

Selain itu, faktor bahasa dan perbedaan budaya hukum antara WNA dan aparat Indonesia juga memperburuk efektivitas hukum. Dalam beberapa kasus, laporan WNA terkait penipuan atau pelanggaran konsumen di sektor pariwisata justru direspons lambat karena proses komunikasi yang tidak efisien.

Untuk memperkuat efektivitas hukum, perlu dilakukan reformasi kebijakan kelembagaan dengan memperkuat peran BPSK di daerah-daerah strategis dan menyediakan layanan konsuler khusus bagi WNA. Selain itu, pengembangan layanan digital pengaduan konsumen multibahasa dapat menjadi solusi inovatif untuk mengatasi hambatan komunikasi dan jarak.

### **Implikasi dan Rekomendasi**

Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan utama dalam perlindungan hukum bagi konsumen WNA bukan terletak pada lemahnya norma hukum, tetapi pada ketidaksesuaian antara aspek normatif dan realitas sosial. Oleh karena itu, kebijakan perlindungan konsumen di masa depan perlu diarahkan pada penguatan instrumen kelembagaan, sosialisasi hukum lintas budaya, serta peningkatan kolaborasi antara pemerintah dan lembaga internasional.

Pertama, penguatan kapasitas BPSK perlu dilakukan dengan memberikan pelatihan khusus terkait penyelesaian sengketa konsumen lintas negara dan pelayanan multibahasa. Kedua, pemerintah perlu mengembangkan kerja sama bilateral dengan negara-negara pengirim wisatawan atau pekerja asing dalam rangka perlindungan konsumen lintas yurisdiksi. Ketiga, perlu adanya peningkatan literasi hukum konsumen asing melalui sosialisasi di bandara, hotel, dan platform digital yang digunakan oleh WNA.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan sistem perlindungan konsumen Indonesia dapat lebih adaptif terhadap dinamika global dan memberikan jaminan kepastian hukum bagi semua pihak tanpa diskriminasi kewarganegaraan.

## **5. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yuridis dan sosiologis terhadap perlindungan konsumen bagi warga negara asing (WNA) di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa sistem hukum nasional telah memberikan dasar perlindungan yang cukup kuat secara normatif, namun efektivitasnya masih menghadapi berbagai kendala di tingkat implementasi.

Pertama, secara yuridis normatif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak membedakan perlindungan antara konsumen warga

negara Indonesia dan konsumen asing. Ketentuan tersebut sejalan dengan asas persamaan di hadapan hukum (equality before the law) sebagaimana dijamin dalam Pasal 27 ayat (1) UUD 1945. Dengan demikian, semua individu yang bertransaksi di wilayah hukum Indonesia memiliki hak hukum yang sama untuk memperoleh perlindungan terhadap kerugian akibat penggunaan barang atau jasa.

Namun, secara sosiologis, implementasi norma tersebut masih menemui hambatan. WNA sering kali mengalami kesulitan dalam mengakses mekanisme hukum akibat keterbatasan bahasa, perbedaan budaya hukum, dan kurangnya sosialisasi mengenai mekanisme perlindungan konsumen di Indonesia. Laporan BPKN tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari sepertiga konsumen asing tidak melanjutkan proses pengaduan karena tidak memahami tata cara penyelesaian sengketa. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara perlindungan hukum normatif dan realitas sosial, yang berdampak pada efektivitas hukum secara keseluruhan.

Dari perspektif teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, permasalahan ini terutama disebabkan oleh lemahnya faktor struktur hukum dan kultur hukum. Lembaga seperti BPSK belum memiliki kapasitas yang optimal dalam menangani perkara konsumen lintas negara, terutama dalam hal penerjemahan dan pendampingan hukum bagi WNA. Di sisi lain, kesadaran masyarakat dan pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen asing juga masih rendah, sehingga mengurangi efektivitas norma hukum yang berlaku.

Dengan demikian, secara komprehensif dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen bagi WNA di Indonesia sudah memadai dalam tataran hukum tertulis, tetapi belum sepenuhnya efektif secara praktis dan sosial. Upaya penyempurnaan harus diarahkan pada peningkatan kapasitas kelembagaan, harmonisasi regulasi lintas negara, dan penguatan kesadaran hukum masyarakat.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat diajukan baik secara praktis maupun akademis:

**Penguatan Kapasitas Lembaga Perlindungan Konsumen.** Pemerintah perlu memperkuat peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), terutama di daerah dengan mobilitas WNA tinggi seperti Bali, Jakarta, dan Batam. Diperlukan unit layanan khusus dengan kemampuan bahasa asing serta pemahaman hukum lintas negara.

**Peningkatan Aksesibilitas Hukum bagi WNA.** Pemerintah bersama BPKN dapat mengembangkan portal pengaduan digital multibahasa yang terintegrasi dengan sistem hukum nasional. Inovasi ini dapat memudahkan WNA untuk mengajukan aduan tanpa harus menghadapi hambatan administratif dan linguistik.

Kerja Sama Internasional dan Diplomasi Hukum. Penting dilakukan kerja sama bilateral maupun multilateral antara Indonesia dengan negara-negara asal WNA untuk menyelaraskan standar perlindungan konsumen lintas yurisdiksi.

Sosialisasi dan Literasi Hukum. Perlu adanya penyuluhan hukum konsumen bagi WNA melalui media publik seperti bandara, hotel, kedutaan besar, serta platform digital. Upaya ini dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan WNA terhadap hak-hak hukum mereka selama berada di Indonesia.

Riset Akademik Berkelanjutan. Penelitian akademik di bidang hukum konsumen lintas negara perlu terus dikembangkan, khususnya yang menggabungkan pendekatan yuridis normatif dan sosiologis. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menjadi dasar pembaruan kebijakan yang adaptif terhadap dinamika global.

Jika rekomendasi tersebut diimplementasikan secara konsisten, diharapkan sistem perlindungan konsumen Indonesia dapat lebih responsif terhadap perkembangan sosial dan ekonomi global, serta mencerminkan semangat keadilan substantif bagi seluruh konsumen tanpa diskriminasi kewarganegaraan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, M. N. (2020). *Hukum perlindungan konsumen digital*. Refika Aditama.
- Ahmad, M. N. (2020). *Perlindungan konsumen dalam perspektif hak asasi manusia*. UB Press.
- Ahmad, M. N. (2021). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Ahmad, M. N. (2021). Implementasi asas keadilan dalam sengketa konsumen. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 201–215.
- Ahmad, M. N. (2022). *Arah baru perlindungan konsumen nasional*. Mitra Wacana Media.
- Ahmad, M. N. (2022). *Keadilan dan kepastian hukum dalam perlindungan konsumen*. Deepublish.
- Ahmad, M. N. (2023). *Analisis hukum perlindungan konsumen dalam era ekonomi digital*. UB Press.
- Ahmad, M. N. (2023). Reformasi hukum konsumen di era globalisasi. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 53(2), 177–194.
- Ahmad, M. N. (2023). Urgensi harmonisasi hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Rechtsvinding*, 12(1), 45–60.
- Ahmad, M. N. (2024). *Kebijakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Kencana.

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2023). Laporan tahunan perlindungan konsumen asing di Indonesia. BPKN.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024). Rekomendasi kebijakan perlindungan konsumen lintas negara. BPKN.
- BPSK Bali. (2024). Laporan penanganan kasus konsumen asing tahun 2023. BPSK Bali.
- Fauzi, I. (2023). Hubungan hukum internasional dan perlindungan konsumen lintas negara. *Jurnal Hukum Internasional*, 9(1), 17–33.
- Hidayat, L. (2024). Evaluasi efektivitas BPSK dalam menangani sengketa konsumen WNA. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 14(2), 101–118.
- Ibrahim, J. (2006). Teori dan metodologi penelitian hukum normatif. Bayumedia.
- Marzuki, P. M. (2014). Penelitian hukum. Kencana Prenada Media.
- Rahmawati, A. (2022). Peran pemerintah dalam harmonisasi hukum konsumen digital. *Jurnal Legislasi dan Kebijakan Publik*, 11(1), 55–70.
- Santosa, R. (2022). Cross-border consumer protection. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Digital*, 4(2), 55–63.
- Santosa, R. (2023). Sociological barriers in consumer protection for foreigners. *Jurnal Hukum dan Sosial*, 9(2), 45–50.
- Soekanto, S. (1983). Sosiologi hukum dalam masyarakat. Rajawali Pers.
- Sunggono, B. (2015). Metodologi penelitian hukum. Rajawali Pers.
- Susanto, H. (2022). Perbandingan perlindungan konsumen di ASEAN: Tantangan dan peluang. *Jurnal Hukum Internasional*, 8(1), 33–49.
- Tambunan, R. (2021). Kedudukan konsumen asing dalam hukum Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Trisakti*, 6(2), 114–128.
- Utami, D. (2023). Penerapan prinsip non-diskriminasi dalam hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Nasional*, 10(1), 72–86.
- Widodo, B. (2023). Keadilan substantif dalam perlindungan konsumen global. *Jurnal Hukum Progresif*, 19(3), 150–165.
- Wijaya, F. (2022). Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 19(3), 188–203.
- Wulan, S. (2021). Perlindungan hukum bagi wisatawan asing di Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Hukum*, 7(1), 58–71.
- Yuliana, E. (2020). Efektivitas perlindungan konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, 5(2), 91–106.

Zulkarnain, A. (2021). Globalisasi dan tantangan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(2), 221–238.