

Analisis Pengaruh Hukum Perlindungan Konsumen dan Kepatuhan Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Ritel

Brenda Carnescia

Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia

Email: brenda.205230015@stu.untar.ac.id

Abstrak

Kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama di sektor ritel yang sangat kompetitif. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan bagi konsumen untuk mendapatkan hak-hak mereka, serta mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur, jaminan kualitas produk, dan penanganan keluhan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepatuhan perusahaan terhadap regulasi perlindungan konsumen mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mematuhi hukum ini dapat menciptakan rasa aman bagi konsumen, meningkatkan kepercayaan, dan membangun hubungan jangka panjang. Selain itu, penanganan keluhan yang efektif dan layanan purna jual yang memadai juga menjadi faktor penting dalam memperkuat loyalitas konsumen. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen tidak hanya melindungi perusahaan dari sanksi hukum, tetapi juga berfungsi sebagai strategi bisnis yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen harus dipandang sebagai investasi penting dalam pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kepatuhan Perusahaan, Hukum Perlindungan Konsumen, Loyalitas Pelanggan, Sektor Ritel



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, sektor ritel menjadi salah satu industri yang mengalami pertumbuhan signifikan. Masyarakat kini dihadapkan pada beragam pilihan produk dan layanan, yang mendorong persaingan yang semakin ketat di antara pelaku usaha. Di tengah persaingan ini, perlindungan konsumen dan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi menjadi aspek penting yang tidak bisa diabaikan. Hukum perlindungan konsumen di Indonesia, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen, memberikan edukasi mengenai produk, serta memastikan agar transaksi bisnis dilakukan secara adil dan transparan. Hukum ini memberikan dasar bagi konsumen untuk memperoleh produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik, serta melindungi mereka dari praktik bisnis yang merugikan.¹ Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan perusahaan di sektor ritel. Loyalitas ini mencakup berbagai aspek, seperti kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas produk, dan hubungan yang dibangun antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga menjadi aset berharga bagi perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara perlindungan konsumen dan loyalitas pelanggan; konsumen yang merasa aman dan terlindungi cenderung lebih loyal terhadap merek atau perusahaan tertentu. Oleh karena itu, pemahaman yang

¹ Ambarwati, D., & Abroza, A. (2024). Tinjauan Literatur Tentang Etika Pemasaran Syariah: Prinsip, Implementasi, Dan Tantangan Dalam Bisnis Modern. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 5(01), 592-609.

mendalam tentang bagaimana hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan perusahaan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan sangat penting untuk diteliti.²

Dalam konteks kepatuhan perusahaan, hal ini berkaitan dengan sejauh mana perusahaan mengikuti regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah, termasuk aspek transparansi informasi produk, kebijakan pengembalian barang, dan jaminan kualitas. Kepatuhan ini bukan hanya merupakan kewajiban hukum, tetapi juga bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas. Perusahaan yang mematuhi hukum perlindungan konsumen tidak hanya melindungi dirinya dari sanksi hukum, tetapi juga membangun reputasi yang baik di mata konsumen. Reputasi yang baik ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan, pada gilirannya, menciptakan loyalitas yang lebih tinggi.³ Di sektor ritel, keberadaan berbagai jenis produk dan layanan menuntut perusahaan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan dan memberikan nilai lebih melalui produk dan layanan yang berkualitas, serta penerapan praktik bisnis yang etis, akan memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, termasuk bagaimana hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi dapat berperan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif.⁴

Dalam kajian ini, penulis akan melakukan analisis terhadap pengaruh hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di sektor ritel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pentingnya penerapan hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi dalam menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat memahami bahwa investasi dalam kepatuhan hukum dan perlindungan konsumen bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang.⁵ Sektor ritel di Indonesia saat ini dihadapkan pada tantangan yang kompleks. Di satu sisi, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen telah mengubah cara orang berbelanja, di mana belanja online semakin populer. Hal ini menuntut perusahaan ritel untuk beradaptasi dengan cepat dan memanfaatkan teknologi untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Di sisi lain, masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya memahami pentingnya hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi. Hal ini dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan dan mengurangi tingkat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti bagaimana perusahaan-perusahaan ini dapat memanfaatkan hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan mereka.

Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan dampak dari hukum perlindungan konsumen terhadap perilaku konsumen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen yang merasa dilindungi dan mendapatkan informasi yang transparan lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Di sisi lain, ketidakpatuhan perusahaan terhadap regulasi perlindungan konsumen dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap loyalitas mereka. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode analisis kuantitatif untuk mengukur pengaruh hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan

² Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2), 29-46.

³ Sanjaya, R., Afdhal, S., & Syahputro, S. B. (2024). Analisis Customer Relationship Management Pada Ouca Ice Cream & Space Batu 8 di Tanjungpinang. *Jurnal Adijaya Multidisiplin*, 1(06), 1204-1214.

⁴ Panggalo, L. (2024). Dampak Implementasi Peraturan Perlindungan Data Pribadi terhadap Keamanan Informasi. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(4), 1905-1910.

⁵ Freitas, J. A., & Santoso, A. P. A. (2024). Perlindungan Konsumen Atas Produk Cacat Dan Gagal. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 72-76.

perusahaan terhadap loyalitas pelanggan, dengan melakukan survei kepada pelanggan yang berbelanja di sektor ritel.⁶

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik di bidang hukum perlindungan konsumen, kepatuhan perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Dengan memahami hubungan antara ketiga aspek ini, diharapkan perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang ada. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan untuk memperkuat regulasi perlindungan konsumen yang ada, sehingga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik bagi semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha. Dengan demikian, analisis terhadap pengaruh hukum perlindungan konsumen dan kepatuhan perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di sektor ritel menjadi semakin relevan di tengah dinamika dan tantangan yang ada. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada kepentingan akademis, tetapi juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran dan layanan yang lebih baik, serta meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka.⁷

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sektor Ritel?
2. Sejauh Mana Kepatuhan Perusahaan Terhadap Regulasi Hukum Perlindungan Konsumen Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sektor Ritel

Penerapan hukum perlindungan konsumen di sektor ritel memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keseimbangan antara hak konsumen dan kepentingan bisnis. Di Indonesia, hukum perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen, meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab pelaku usaha, dan memastikan adanya keadilan dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dan beragam, loyalitas pelanggan menjadi faktor kunci keberhasilan bagi perusahaan ritel. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian berulang, tetapi juga merekomendasikan produk dan jasa kepada orang lain, sehingga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana penerapan hukum perlindungan konsumen dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di sektor ritel.⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia memberikan landasan hukum bagi konsumen untuk mendapatkan hak-haknya, serta mewajibkan pelaku usaha untuk mematuhi aturan dan memberikan layanan yang adil dan transparan. Beberapa hak dasar konsumen yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang

⁶ Fajria, R. N. (2019). Potensi Sinergitas Fintech Dengan Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 174-181.

⁷ Soesanto, E., Endika, R., & Refangga, B. H. (2024). Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis UUD 1945 Pada Analisis Strategi Pemasaran Digital Perusahaan dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Migas di Indonesia. *Jurnal Sadewa: Publikasi Ilmu Pendidikan, pembelajaran dan Ilmu Sosial*, 2(2), 225-237.

⁸ Akbar, M. R. (2023). Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 4(2), 95-111.

⁹ Putri, B. M. (2020). *Analisis Pengungkapan Perlindungan Customer Privacy pada Industri Perbankan di Indonesia* (Doctoral dissertation).

dan/atau jasa; hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan; hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; serta hak untuk mendapatkan perlindungan dan ganti rugi. Dengan adanya ketentuan tersebut, setiap pelaku usaha di sektor ritel memiliki kewajiban untuk mematuhi hukum yang ada, termasuk memberikan informasi yang transparan mengenai produk yang dijual, menjamin keamanan dan kualitas produk, serta menyelesaikan keluhan konsumen secara tepat waktu. Selain itu, konsumen juga dilindungi dari praktik bisnis yang tidak sehat seperti penipuan, iklan menyesatkan, dan penyalahgunaan posisi dominan dalam transaksi.¹⁰

Kepatuhan perusahaan terhadap hukum perlindungan konsumen menjadi salah satu indikator utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan ritel yang mematuhi regulasi perlindungan konsumen cenderung mendapatkan kepercayaan lebih besar dari konsumen karena konsumen merasa dilindungi dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Dalam konteks ini, kepatuhan meliputi berbagai hal, seperti penyampaian informasi produk yang jelas dan tidak menyesatkan, sesuai dengan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk. Selain itu, perusahaan juga wajib memberikan jaminan terhadap kualitas produk dan layanan purna jual yang memadai, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen yang menekankan pentingnya kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen dalam menggunakan produk. Perusahaan juga diharapkan menangani keluhan dan komplain konsumen secara adil dan efisien, yang dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.¹¹ Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang secara aktif mendengarkan keluhan konsumen dan memberikan solusi yang memadai cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena konsumen merasa diperlakukan dengan adil dan dihargai oleh perusahaan. Sebaliknya, ketidakpatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen, seperti tidak memberikan informasi yang memadai atau menolak keluhan konsumen, dapat merusak reputasi perusahaan dan menurunkan tingkat loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan di sektor ritel dapat didefinisikan sebagai kesediaan pelanggan untuk terus melakukan pembelian dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Loyalitas ini tidak hanya dibentuk dari pengalaman berbelanja yang positif, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap keamanan, kejujuran, dan perlindungan yang mereka dapatkan selama melakukan transaksi. Studi menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa dilindungi oleh hukum dan regulasi lebih cenderung loyal terhadap perusahaan tertentu. Dalam era digital, di mana konsumen memiliki akses cepat terhadap informasi dan bisa membandingkan produk dari berbagai sumber, loyalitas menjadi semakin sulit dipertahankan. Namun, dengan penerapan hukum perlindungan konsumen yang kuat, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi konsumen untuk berbelanja. Misalnya, konsumen akan lebih cenderung loyal kepada perusahaan yang memberikan jaminan produk asli, pengembalian barang yang mudah, dan layanan purna jual yang responsif.¹² Hubungan antara penerapan hukum perlindungan konsumen dan loyalitas pelanggan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, penerapan hukum yang baik memberikan rasa aman bagi konsumen. Ketika konsumen merasa dilindungi oleh hukum, mereka lebih percaya untuk melakukan transaksi

¹⁰ Rosyidah, E., & Rofiah, K. (2024). Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(5), 1438-1454.

¹¹ Yolanda, Y., & Sumedi, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Karawang. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 6(2), 17-28.

¹² Rahayu, S. K., & Astuti, W. A. (2022). Disruption Of Financial Technology (Fintech) In Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*.

dengan perusahaan tersebut. Kepercayaan ini kemudian berkontribusi pada pembentukan loyalitas pelanggan. Kedua, perlindungan konsumen menciptakan hubungan yang lebih adil antara pelaku usaha dan konsumen. Ketika perusahaan tidak menyalahgunakan posisinya sebagai pelaku usaha, konsumen merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, yang mendorong mereka untuk tetap setia pada perusahaan. Menurut Teori Kepercayaan dan Loyalitas dalam pemasaran, kepercayaan konsumen adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas. Dalam hal ini, kepercayaan bisa diperoleh melalui kepatuhan perusahaan terhadap regulasi perlindungan konsumen. Konsumen yang percaya bahwa hak-haknya dilindungi oleh hukum dan bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan aturan, lebih cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Di sektor ritel, di mana produk dan layanan sangat bervariasi, penerapan perlindungan konsumen juga dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya. Konsumen lebih memilih perusahaan yang secara konsisten memberikan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman, serta menegakkan hak-hak konsumen. Ada berbagai contoh kasus ketidakpatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen di sektor ritel yang telah menyebabkan hilangnya loyalitas pelanggan. Misalnya, perusahaan yang terlibat dalam praktik iklan menyesatkan atau tidak memenuhi standar keamanan produk sering kali mendapat reaksi negatif dari konsumen. Dalam beberapa kasus, perusahaan juga mengalami boikot dari konsumen yang merasa dirugikan. Sebagai contoh, kasus penarikan produk yang cacat (product recall) sering kali menciptakan ketidakpercayaan di kalangan konsumen jika tidak ditangani dengan baik. Sebaliknya, perusahaan yang transparan dalam menangani masalah ini dan memberikan solusi yang cepat serta memadai cenderung mampu memulihkan kepercayaan konsumen dan bahkan memperkuat loyalitas mereka.¹³

Meskipun kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen dapat dianggap sebagai beban oleh beberapa perusahaan, pada kenyataannya, penerapan hukum ini justru dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi bisnis. Perusahaan yang mematuhi regulasi dan melindungi hak konsumen akan mendapatkan beberapa manfaat, seperti peningkatan kepercayaan pelanggan. Kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan yang dikenal patuh terhadap regulasi akan mendapatkan reputasi yang baik di mata konsumen dan masyarakat luas. Reputasi yang baik ini menjadi aset berharga bagi perusahaan, terutama dalam persaingan yang ketat di sektor ritel. Terakhir, kepatuhan terhadap regulasi mengurangi risiko perusahaan untuk terlibat dalam masalah hukum yang bisa merugikan perusahaan secara finansial maupun reputasi.¹⁴ Penerapan hukum perlindungan konsumen memainkan peran krusial dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dan konsumen di sektor ritel. Kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen tidak hanya menjadi kewajiban perusahaan, tetapi juga merupakan strategi yang efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa dilindungi oleh hukum dan mendapatkan pelayanan yang adil dan transparan akan lebih cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, perusahaan ritel harus melihat kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen sebagai investasi jangka panjang untuk mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.¹⁵

¹³ Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.

¹⁴ Zahra, T. S. A. (2024). Analisis Sustainable Service Quality Bank Digital SeaBank Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Generasi Z.

¹⁵ Mardayanti, I. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelaksanaan Layanan Gopaylater pada Aplikasi Gojek. *Digital Business Progress*, 2(2), 73-86.

Kepatuhan Perusahaan Terhadap Regulasi Hukum Perlindungan Konsumen Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen memegang peran yang sangat penting dalam menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan, terutama dalam sektor ritel. Di Indonesia, regulasi hukum perlindungan konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), yang memberikan landasan bagi perlindungan hak-hak konsumen sekaligus menegaskan tanggung jawab perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan bisnis yang adil dan transparan. Dalam konteks ini, kepatuhan perusahaan terhadap regulasi yang ada menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap loyalitas mereka. Loyalitas pelanggan di sektor ritel tidak hanya terbentuk dari pengalaman berbelanja yang menyenangkan, tetapi juga dari keyakinan bahwa hak-hak mereka sebagai konsumen terlindungi dengan baik oleh hukum dan perusahaan tempat mereka berbelanja.¹⁶

UU Perlindungan Konsumen di Indonesia memberikan sejumlah hak dasar kepada konsumen yang harus dihormati dan dijamin oleh pelaku usaha. Hak-hak tersebut meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang digunakan. Kepatuhan perusahaan terhadap regulasi ini sangat penting, karena pelanggaran terhadap hak-hak tersebut tidak hanya dapat merusak hubungan antara perusahaan dan konsumen, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi perusahaan. Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen dengan tegas menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang mereka jual. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.¹⁷

Kepatuhan terhadap hukum perlindungan konsumen juga mencakup tanggung jawab perusahaan untuk menjaga keamanan dan kualitas produk yang dijual. Konsumen yang merasa aman dan terlindungi dalam setiap transaksi dengan perusahaan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa setiap konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Jika perusahaan gagal memberikan jaminan tersebut, konsumen bisa merasa dirugikan dan kehilangan kepercayaan pada perusahaan. Kasus-kasus seperti penarikan produk (product recall) akibat cacat produksi, misalnya, sering kali mengakibatkan hilangnya loyalitas pelanggan, terutama jika perusahaan tidak menangani masalah tersebut dengan baik. Sebaliknya, jika perusahaan secara transparan menangani masalah ini, memberikan solusi yang memadai, dan berupaya menjaga keamanan konsumen, hal ini dapat membantu memulihkan kepercayaan konsumen dan bahkan memperkuat loyalitas mereka.¹⁸

Penting untuk diingat bahwa kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen bukan hanya soal kewajiban hukum, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang efektif. Perusahaan yang mematuhi regulasi dan memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen cenderung mendapatkan reputasi yang baik di mata publik. Dalam

¹⁶ Pane, Z., & Yohana, Y. (2023). Informasi Halal dalam Customer Value Disclosure (CVD). *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 59-69.

¹⁷ Lubis, R. L., & Machmud, A. (2023). Implementasi Aturan Terkait Pembukaan Rekening Nasabah (Studi Kasus PT Bank Central Asia Tbk). *UNES Law Review*, 6(2), 7714-7724.

¹⁸ Widiarty, W. S. (2024). Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan.

dunia bisnis yang sangat kompetitif, reputasi perusahaan menjadi aset yang berharga, dan loyalitas pelanggan sering kali terbentuk dari persepsi positif yang mereka miliki terhadap perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan ritel yang secara konsisten mematuhi regulasi perlindungan konsumen, seperti memberikan informasi produk yang akurat, menjaga kualitas produk, dan memberikan layanan purna jual yang memadai, akan lebih dipercaya oleh konsumen dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mematuhi regulasi tersebut. Kepercayaan ini kemudian akan menjadi dasar yang kuat bagi terciptanya loyalitas pelanggan.¹⁹

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah bagaimana perusahaan menangani keluhan dan komplain konsumen. Penanganan yang adil dan cepat atas keluhan konsumen dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas mereka. Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan atas barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi. Pelaku usaha wajib menanggapi keluhan tersebut dengan memberikan solusi yang adil dan proporsional. Jika perusahaan mengabaikan atau tidak menangani keluhan konsumen dengan baik, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada hilangnya loyalitas pelanggan. Sebaliknya, perusahaan yang secara proaktif mendengarkan keluhan konsumen dan berupaya memberikan solusi yang memuaskan akan lebih dihargai oleh konsumen, yang kemudian merasa bahwa perusahaan tersebut peduli dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.²⁰

Kepatuhan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen juga mencakup transparansi dalam penyampaian informasi terkait produk. Di sektor ritel, konsumen sering kali mengandalkan informasi yang diberikan oleh perusahaan untuk membuat keputusan pembelian. Jika informasi yang disampaikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kenyataan, misalnya melalui iklan yang menyesatkan atau label produk yang tidak lengkap, konsumen akan merasa tertipu dan dirugikan. Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen secara eksplisit mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang produk yang mereka jual. Ketidakpatuhan terhadap ketentuan ini dapat merusak hubungan antara perusahaan dan konsumen, serta menurunkan tingkat loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa ditipu atau disalahgunakan cenderung tidak akan kembali berbelanja di perusahaan tersebut dan bahkan mungkin akan memberikan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi perusahaan.²¹ Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap keadilan dalam transaksi. Kepatuhan perusahaan terhadap hukum perlindungan konsumen menciptakan rasa keadilan bagi konsumen, di mana mereka merasa hak-hak mereka dihormati dan dilindungi. Menurut Teori Kepercayaan dan Loyalitas, kepercayaan konsumen terhadap perusahaan memainkan peran kunci dalam menciptakan loyalitas. Kepercayaan ini dapat diperoleh melalui kepatuhan perusahaan terhadap regulasi perlindungan konsumen. Konsumen yang merasa bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan aturan hukum dan melindungi hak-hak mereka cenderung lebih setia kepada perusahaan tersebut. Di sisi lain, pelanggaran terhadap regulasi perlindungan konsumen, seperti penipuan, pengiklanan palsu, atau praktik bisnis yang tidak sehat, dapat merusak kepercayaan konsumen dan menyebabkan hilangnya loyalitas pelanggan.²²

¹⁹ Fedihartono, C. M., Virjannah, N. A., & Yasin, M. (2023). Analisis Pengaruh Transformasi Struktural Pada Bidang Teknologi Terhadap Kemajuan Industri Di Kota Surabaya. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(3), 80-94.

²⁰ Khusaini, M., & Riani, L. P. (2024). Tiktok Shop Dan Ambisi Negeri China: Analisis Permasalahan Tiktok Shop Di Indonesia. *Prosiding Pendidikan Ekonomi*, 118-128.

²¹ Dwiardi, A. R. (2021). Analisis Aspek-Aspek Kepatuhan Penyelenggara Pos Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 11(1), 21-40.

²² Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68-85.

Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen dapat membantu perusahaan dalam membedakan diri dari pesaingnya. Di sektor ritel yang sangat kompetitif, di mana konsumen memiliki banyak pilihan, perusahaan yang mampu memberikan perlindungan konsumen yang lebih baik cenderung lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain. Konsumen yang merasa aman dan dilindungi selama berbelanja lebih cenderung untuk kembali dan menjadi pelanggan tetap. Loyalitas ini kemudian memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, karena pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian berulang, tetapi juga cenderung merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Sebagai contoh nyata, penerapan kepatuhan hukum perlindungan konsumen dapat dilihat dari beberapa perusahaan ritel besar yang telah berhasil membangun loyalitas pelanggan melalui kebijakan pengembalian barang yang mudah dan layanan purna jual yang memadai. Ketika konsumen merasa bahwa mereka dapat mengembalikan produk dengan mudah jika terdapat cacat atau ketidaksesuaian, mereka lebih percaya untuk melakukan pembelian. Selain itu, layanan purna jual yang responsif, seperti perbaikan atau penggantian produk yang rusak, juga dapat meningkatkan tingkat loyalitas konsumen. Kepatuhan terhadap regulasi ini memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa hak-hak mereka akan dilindungi oleh perusahaan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.²³

Namun, tidak semua perusahaan ritel mematuhi regulasi hukum perlindungan konsumen dengan baik. Beberapa perusahaan cenderung mengabaikan hak-hak konsumen, terutama dalam hal penyediaan informasi yang jelas dan jujur mengenai produk. Misalnya, kasus-kasus iklan yang menyesatkan atau penyajian informasi produk yang tidak lengkap sering kali menyebabkan ketidakpuasan konsumen, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap loyalitas mereka. Konsumen yang merasa dirugikan cenderung untuk tidak kembali berbelanja di perusahaan tersebut, dan bahkan dapat beralih ke pesaing yang menawarkan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami bahwa kepatuhan terhadap regulasi bukan hanya soal menghindari sanksi hukum, tetapi juga merupakan upaya untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen.²⁴ Kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen juga memiliki dampak langsung terhadap reputasi perusahaan. Di era digital, di mana informasi dapat dengan mudah diakses dan disebarluaskan melalui media sosial, pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dapat dengan cepat tersebar luas dan merusak reputasi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang dikenal mematuhi regulasi dan melindungi hak-hak konsumen akan mendapatkan reputasi yang baik di mata publik. Reputasi ini sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, terutama di sektor ritel yang sangat kompetitif. Secara keseluruhan, kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mematuhi regulasi ini tidak hanya melindungi hak-hak konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan mematuhi hukum yang ada, perusahaan dapat menciptakan pengalaman belanja yang positif, meningkatkan reputasi, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepatuhan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang efektif untuk mencapai kesuksesan jangka panjang di sektor ritel.²⁵

²³ Fatah, M., Perajaka, M. A., Fil, S., & Yohanes Ngamal, S. E. (2024). Dampak Dan Manfaat Penerapan Strategi Marketing 5.0 Dalam Konteks Haji. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15(1 Juli).

²⁴ Santo, S. (2022). *Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Jaya Timur* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

²⁵ Ria, C. E. (2021). Effect of brand image of Bata branded products on customer loyalty in ringroad city walk Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 46-55.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui penerapan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumen. Konsumen yang merasa hak-haknya terlindungi, mendapatkan informasi yang jujur, serta layanan purna jual yang baik, cenderung lebih loyal terhadap perusahaan. Kepatuhan terhadap regulasi hukum ini tidak hanya berfungsi untuk menghindari sanksi hukum, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang efektif. Perusahaan yang transparan dan adil dalam setiap transaksi akan membangun reputasi positif, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Penanganan keluhan konsumen dengan baik dan memberikan jaminan keamanan serta kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan dengan konsumen. Dengan demikian, kepatuhan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen bukan hanya tentang tanggung jawab hukum, tetapi juga merupakan faktor kunci dalam menciptakan keberhasilan dan keunggulan kompetitif di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68-85.
- Akbar, M. R. (2023). Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 4(2), 95-111.
- Ambarwati, D., & Abroza, A. (2024). Tinjauan Literatur Tentang Etika Pemasaran Syariah: Prinsip, Implementasi, Dan Tantangan Dalam Bisnis Modern. *AL- MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(01), 592- 609.
- Dwiardi, A. R. (2021). Analisis Aspek-Aspek Kepatuhan Penyelenggara Pos Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 11(1), 21-40.
- Fajria, R. N. (2019). Potensi Sinergitas Fintech Dengan Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 174-181.
- Fatah, M., Perajaka, M. A., Fil, S., & Yohanes Ngamal, S. E. (2024). Dampak Dan Manfaat Penerapan Strategi Marketing 5.0 Dalam Konteks Haji. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15(I Juli).
- Fedihartono, C. M., Virjannah, N. A., & Yasin, M. (2023). Analisis Pengaruh Transformasi Struktural Pada Bidang Teknologi Terhadap Kemajuan Industri Di Kota Surabaya. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(3), 80-94.
- Freitas, J. A., & Santoso, A. P. A. (2024). Perlindungan Konsumen Atas Produk Cacat Dan Gagal. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 72-76.
- Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2), 29-46.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Khusaini, M., & Riani, L. P. (2024). Tiktok Shop Dan Ambisi Negeri China: Analisis Permasalahan Tiktok Shop Di Indonesia. *Prosiding Pendidikan Ekonomi*, 118- 128.
- Lubis, R. L., & Machmud, A. (2023). Implementasi Aturan Terkait Pembukaan Rekening Nasabah (Studi Kasus PT Bank Central Asia Tbk). *UNES Law Review*, 6(2), 7714-7724.



- Mardayanti, I. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelaksanaan Layanan Gopaylater pada Aplikasi Gojek. *Digital Business Progress*, 2(2), 73-86.
- Pane, Z., & Yohana, Y. (2023). Informasi Halal dalam Customer Value Disclosure (CVD). *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 59-69.
- Panggalo, L. (2024). Dampak Implementasi Peraturan Perlindungan Data Pribadi terhadap Keamanan Informasi. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(4), 1905-1910.
- Putri, B. M. (2020). Analisis Pengungkapan Perlindungan Customer Privacy pada Industri Perbankan di Indonesia (Doctoral dissertation).
- Rahayu, S. K., & Astuti, W. A. (2022). Disruption Of Financial Technology (Fintech) In Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Ria, C. E. (2021). Effect of brand image of Bata branded products on customer loyalty in ringroad city walk Medan. *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN*, 10(1), 46-55.
- Rosyidah, E., & Rofiah, K. (2024). Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(5), 1438-1454.
- Sanjaya, R., Afdhal, S., & Syahputro, S. B. (2024). Analisis Customer Relationship Management Pada Ouca Ice Cream & Space Batu 8 di Tanjungpinang. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(06), 1204-1214.
- Santo, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Jaya Timur (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Soesanto, E., Endika, R., & Refangga, B. H. (2024). Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis UUD 1945 Pada Analisis Strategi Pemasaran Digital Perusahaan dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Migas di Indonesia. *Jurnal Sadewa: Publikasi Ilmu Pendidikan, pembelajaran dan Ilmu Sosial*, 2(2), 225- 237.
- Widiarty, W. S. (2024). Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan.
- Yolanda, Y., & Sumedi, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Karawang. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 6(2), 17-28.
- Zahra, T. S. A. (2024). Analisis Sustainable Service Quality Bank Digital SeaBank Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Generasi Z.