

Efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Sektor Pariwisata

Hotibul Umam¹, Ilham Pransetyo², Imam Hakiki³

¹Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

³ Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

Corresponding Author: hotibulumam@mail.ugm.ac.id

Kata Kunci:

Kapariwisataan;
Kepastian Hukum;
Konsumen Pariwisata;
UUPK; Perlindungan
Konsumen.

Abstrak: Perlindungan konsumen merupakan bagian penting dalam pembangunan hukum nasional yang bertujuan mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial. Dalam konteks pariwisata, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan hak wisatawan sebagai pengguna jasa, tetapi juga menyangkut kepastian hukum bagi pelaku usaha pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menelaah ketentuan peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta norma hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di sektor pariwisata. Perlindungan konsumen dipandang sebagai bagian dari pelaksanaan tujuan negara sebagaimana diamanatkan dalam Alinea IV Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia. Pesatnya perkembangan sektor pariwisata di Indonesia, yang ditandai dengan meningkatnya keberagaman destinasi wisata seperti wisata religi, bahari, pegunungan, dan wisata budaya, menimbulkan kompleksitas hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha pariwisata. Kondisi tersebut menuntut adanya regulasi perlindungan konsumen yang komprehensif dan implementatif. Konsumen pariwisata pada hakikatnya mencakup seluruh lapisan masyarakat, sehingga perlindungan terhadap konsumen pariwisata merupakan bagian integral dari perlindungan terhadap masyarakat Indonesia secara luas. Perlindungan konsumen yang efektif diharapkan mampu menciptakan rasa aman, kenyamanan, dan kepastian hukum bagi konsumen sekaligus mendorong iklim usaha pariwisata yang sehat dan berkeadilan. Hasil kajian normatif menunjukkan bahwa kerangka hukum perlindungan konsumen pariwisata di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, khususnya ketentuan Pasal 53 yang menekankan tanggung jawab pelaku usaha pariwisata. Selain itu, dalam konteks pariwisata berbasis syariah, Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 memberikan pedoman normatif mengenai penyelenggaraan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah dan perlindungan hak konsumen.

Keyword:

Consumer Protection;
Legal Certainty;
Tourism Consumer;
Tourism; UUPK

Abstract: Consumer protection is an important part of national legal development aimed at realizing the welfare of society and social justice. In the context of tourism, consumer protection is not only concerned with fulfilling the rights of tourists as service users, but also concerns legal certainty for tourism business participants. The study uses a normative juridical approach by examining the provisions of legislation, legal doctrine, and legal norms related to consumer protection in the tourism sector. Consumer protection is seen as part of the implementation of the country's objectives as mandated in Alinea IV Opening the State Basic Act of the Republic of Indonesia in 1945, namely protecting all Indonesian and all Indonesian blood spills. The rapid development of the tourism sector in Indonesia, which is characterized by the increasing diversity of tourist destinations such as religious, marine, mountainous, and cultural tourism, raises the complexity of legal relations between consumers and tourism business. The Condition demands comprehensive and implementative consumer protection regulation. Tourism consumers in fact cover all walks of life, so protection against tourism consumers is an integral part of protection against Indonesian society. Effective consumer protection is expected to create a sense of security, comfort and legal certainty for consumers while encouraging a healthy and equitable tourism business climate. The results of

normative studies show that the legal framework of consumer protection of tourism in Indonesia has been regulated through Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and Law No. 10 of 2009 on Tourism, in particular the provisions of Article 53 which emphasizes the responsibility of tourism business actors. In addition, in the context of Sharia-based tourism, Fatwa DSN-MUI Number 108/DSN-MUI/X/2016 provides normative guidelines on the implementation of tourism that are in accordance with Sharia principles and consumer rights protection.

PENDAHULUAN

Hukum perlindungan konsumen era saat ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan menyejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai (Kristiyanti, 2008).

Berkembangnya dunia pariwisata lambat laun menjadi suatu kebutuhan pokok manusia untuk melakukan perjalanan wisata dengan mengunjungi tempat wisata baik dalam maupun luar negeri. Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia sehingga menjadi salah satu usaha yang kompleks, hal ini dikarenakan terdapat banyak kegiatan yang berkaitan dalam penyelenggaraan pariwisata, pariwisata menjadi sektor yang menjanjikan dan memberikan efek nilai manfaat kepada banyak pihak dari pemerintah, masyarakat, ataupun swasta. Usaha pariwisata menjadi industri yang semakin berkembang, ini terbukti dari keberhasilan pembangunan yang dilakukan dan banyak pendapatan masyarakat yang meningkat, sehingga banyak diantaranya melakukan perjalanan wisata dan mengharuskan untuk melakukan peningkatan (tersertifikasi) dalam pelayanan di biro perjalanan wisata, agen perjalanan, *tour leader* dan lain-lain yang bergerak dibidang usaha jasa pariwisata.

Salah satu tujuan terbaik berwisata ialah Indonesia. Indonesia mempunyai potensi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi wisatawan terutama yang menjadi daya tarik wisatawan di Indonesia yaitu dari keindahan alam, sejarah, budaya yang sangat unik, keagamaan dan memiliki adat istiadat yang beranekaragam serta didukung dengan iklim cuaca yang mendukung dan keramahan masyarakat yang sangat baik (Hery & Fitria, 2014). Seiring perkembangan model industri pariwisata belakangan ini sudah banyak bermunculan model-model wisata baru yang saling menjual komoditasnya agar laku di pasaran sebagai destinasi wisata unggulan. Contohnya seperti wisata kuliner yang menawarkan jenis makanan khas daerah tertentu sebagai icon jenis wisata alam desa konsep lama dengan muka baru misal dengan perpaduan *Edu-Tourism* atau jenis wisata religi dengan konsep paket wisata kunjungan makam tokoh-tokoh agama yang sangat berkembang pesat di sebagian besar masyarakat pulau jawa (Maulidi & Achmad, 2020).

Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan dengan tujuan rekreasi atau aktivitas yang dapat melepaskan penat, mendatangkan hati menyebarkan otak. Wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan usaha. Tempat wisata sekarang telah menjadi kebutuhan bagi manusia. Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajah wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru (Pitana & Gayatri, 2005).

Menulis mengenai pariwisata maka tidak akan terlepas dari bisnis pariwisata itu sendiri. Adapun bisnis pariwisata merupakan aspek kegiatan kepariwisataan yang berorientasi pada penyediaan jasa pariwisata.

Bisnis pariwisata meliputi seluruh kegiatan penyediaan jasa, yang dibutuhkan wisatawan. Kegiatan seperti ini meliputi jasa biro perjalanan (*travel*), transportasi (*transportation*), penginapan (*accommodation*), jasa boga (restaurant), rekreasi (*recreation*) dan jasa-jasa lain

terkait, seperti jasa informasi, telekomunikasi, penyedia tempat dan fasilitas untuk kegiatan tertentu, penukaran uang (*money changer*), dan jasa hiburan (*intertainment*) (Putra, 2003).

Jasa biro perjalanan ini suatu hal yang penting bagi industri pariwisata. Biro perjalanan dapat membantu para wisatawan untuk membuat rencana liburan. Mereka juga akan memastikan supaya perjalanan tersebut menjadi kenangan yang tidak terlupakan bagi klien mereka (Devina C, 2021). Dalam melakukan perjalanan wisata ada salah satu komponen yang dibutuhkan yaitu peran *tour leader*.

Tour Leader harus paham akan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga dapat melaksanakan dan memberikan pelayanan yang *excellent* demi kepuasan konsumen. *Tour Leader* sebagai pemimpin perjalanan dan sebagai penanggung jawab, manager dan pengambil keputusan yang bersangkutan dengan tour. Dalam suatu perjalanan wisata *Tour Leader* harus mempunyai kapabilitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Standart kompetensi *Tour Leader* diatur dalam pasal 53 UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Fatwa DSN-MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah dan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif /Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata.

Standart kompetensi *tour leader* sangat diperlukan konsumen karena bisa menjamin keselamatan dan informasi sehingga perlindungan konsumen benar-benar menjamin konsumen yang menjalankan wisata sesuai pasal 4 UU No. 8 tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen. Efektifitas UU No. 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen masih belum efektif sepenuhnya beberapa alasan karena perkembangan bisnis pariwisata yang sangat pesat dan peraturan bisnis pariwisata terus berkembang dan UU pelindungan konsumen masih menggunakan yang dirumuskan 25 tahun silam.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: Efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Sektor Pariwisata, dengan permasalahan yang di angkat adalah Bagaimana efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen jasa sektor pariwisata.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis-normatif dengan berpedoman pada data primer dan data sekunder, tetapi pada penelitian ini data primer hanya dijadikan sebagai bahan pelengkap. Data primer adalah data yang didapatkan dari penelitian secara langsung dengan cara wawancara kepada narasumber, sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil menganalisis bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini bersifat deskriptif dan dianalisis menggunakan metode kualitatif.

HASIL DAN DISKUSI

Pada masa abad ke 21 ini pariwisata adalah salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir ini, kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional semakin besar (Widagdyo, 2015). Pariwisata melahirkan berbagai macam industri sehingga aktivitas pariwisata mampu menggerakkan ekonomi karena adanya supply (pasokan) dan demand (permintaan) terhadap produk barang dan jasa yang dibutuhkan untuk kegiatan orang-orang yang bepergian atau melakukan perjalanan. Wisatawan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa untuk pemenuhan dan keinginan perjalanan wisatanya, masyarakat pelaku bisnis memasok produk dan jasa untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan wisatawan (Eddyono, 2019).

Sektor pariwisata yang ada di Indonesia ini telah tumbuh dan berkembang menjadi suatu industri yang sangat penting, dan dapat diandalkan untuk menambah devisa negara. Karena pesatnya jumlah penikmat tempat pariwisata di Indonesia, berikut ini beberapa jenis usaha jasa pariwisata yang paling laris di Indonesia:

a. Penginapan

Usaha jasa pariwisata yang pertama tentunya bisnis penginapan. Bisnis penginapan ini merupakan fasilitas yang terdapat di tempat pariwisata yang memiliki reputasi regional sampai mancanegara. Jadi, biasanya para wisatawan yang berkunjung kesana tidak hanya dari domestik saja, tapi juga banyak dari luar negeri. Bisnis penginapan ini bisa berupa hotel atau hanya sebatas homestay saja. Jika penginapan yang ditawarkan nyaman, banyak fasilitasnya, dan juga harganya terjangkau, pasti banyak pula para wisatawan yang akan menggunakan penginapan tersebut. Saat ini desain dari penginapan juga menjadi salah satu kunci sukses dalam mendorong wisatawan dalam memilih penginapan, mereka sangat menyukai penginapan yang memiliki tema tertentu dan instagramable.

b. Kuliner pariwisata

Kuliner pariwisata pasti erat kaitannya dengan usaha jasa pariwisata yang satu ini, yaitu bisnis kuliner. Di setiap tempat wisata pasti menawarkan berbagai macam kuliner yang wajib dicoba. Lagipula, jika seharian di tempat wisata, perut akan terasa lapar, satu-satunya pilihan terbaik yaitu untuk makan di restoran atau rumah makan di sekitar pariwisata tersebut. Itulah mengapa bisnis kuliner ini memiliki peluang yang cukup besar dalam sektor pariwisata. Untuk lebih mewakili tempat wisata tersebut, Anda bisa menyuguhkan makanan yang khas di daerah tersebut atau masakan yang menjadi kebanggaan di daerah tersebut. Untuk mempromosikan rumah makan, Anda bisa meminta testimoni dari para pembeli dan mempostingnya di sosial media Anda atau mereka. Dengan begitu Anda bisa mempromosikan usaha Anda dengan gratis dan semakin banyak pelanggan yang datang dari luar wilayah Anda

c. Persewaan Kendaraan

Bisnis yang satu ini sepertinya juga sangat bermanfaat pada banyak tempat wisata di Indonesia. Entah itu kendaraan roda empat, roda dua, boat, perahu, dan sebagainya. Apalagi di Indonesia ini berbeda dengan susana di luar negeri. Karena terik matahari yang sangat menyengat, membuat orang-orang termasuk juga para wisatawan menjadi malas untuk berjalan kaki. Oleh karena itu mereka memilih menyewa motor atau mobil untuk memudahkan transportasi. Kunci sukses dalam bisnis ini adalah kualitas dari kendaraan yang Anda sediakan, baik secara kebersihan, kondisi mesin kendaraan dan keamanan. Anda juga perlu menginformasikan kepada pelanggan, nomor *emergency* yang bisa mereka hubungi jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Jika anda menyediakan jasa persewaan kendaraan dengan pengemudinya, pastikan kebersihan dan perilaku dari pengemudi dalam menghadapi tamu anda

d. Persewaan perlengkapan

Jika Anda memilih membuka usaha jasa pariwisata di daerah pantai, Anda bisa juga membuka bisnis persewaan perlengkapan. Barang-barang yang bisa Anda sewakan seperti perlengkapan untuk menyelam, snorkeling, kamera bawah air dan lain-lain. Biasanya pada musim liburan, bisnis ini meraup keuntungan yang cukup banyak. Itulah beberapa jenis usaha jasa pariwisata yang sangat laris di Indonesia. Bersyukurlah kita berada di Indonesia yang penuh dengan tempat pariwisata. Dengan begitu, peluang untuk membuka usaha pun juga semakin banyak. Apabila Anda membutuhkan tambahan modal untuk merintis bisnis ini, bisa menggunakan produk keuangan pinjaman berjangka dari Bank SMBCI, yang memang bisa menjadi solusi tepat bagi para pengusaha pemula

e. Tour leader

Usaha jasa pariwisata ini sangat erat hubungannya dengan komunikasi. Dengan adanya tour guide ini para wisatawan asing menjadi lebih mengerti tentang tempat wisata yang mereka kunjungi. Mereka juga jadi lebih mudah untuk bertanya tentang

hal-hal yang berkaitan dengan tempat pariwisata tersebut, termasuk dengan tempat foto terbaik untuk sosial media mereka dan tempat membeli souvenir yang murah. Karena foto dan oleh-oleh merupakan kegiatan yang tidak terpisahkan dari liburan. Biasanya usaha jasa pariwisata ini sebagian besar berada pada tempat wisata yang sudah bertaraf internasional. Seperti di Bali atau Lombok, tak heran mengapa disana banyak sekali yang menawarkan jasa tour guide. Jika Anda melihat sudah banyak pesaing di sekitar tempat usaha Anda, Anda bisa membuat layanan yang berbeda dalam membuka usaha ini seperti memberikan layanan untuk makan di tempat yang jarang wisatawan ketahui atau melibatkan tamu Anda di aktivitas masyarakat setempat (Dewobroto, 2020). *Tour leader* merupakan seorang karyawan suatu tour operator yang ditugaskan membawa rombongan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata (*tour*) sesuai dengan program perjalanan (*tour itinerary*) yang telah disusun sepengetahuan tour operator yang memberi tugas (Riasa, 2016).

Standar usaha pariwisata merupakan acuan yang menentukan kualifikasi dan klasifikasi untuk usaha dibidang pariwisata, termasuk pada produk, pengelolaan, dan pelayanan jasa. Di sisi lain, standar kompetensi pariwisata mewajibkan setiap pekerja seperti yang disebutkan diatas memiliki sertifikat kompetensi sesuai dengan aturan perundang-undangan (Tesalonika & Hutabar, 2024).

tour leader harus memenuhi kualifikasi dan bersertifikat kompetensi, dalam UU No. 8 tahun 2009 tentang Kepariwisataan pasal 53 (1) Tenaga kerja di bidang kepariwisataan memiliki standar kompetensi. (2) Standar kompetensi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui sertifikasi kompetensi. (3) Sertifikasi kompetensi dilakukan oleh lembaga sertifikasi profesi yang telah mendapat lisensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pendoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, Ketentuan terkait Pemandu Wisata Syariah Pemandu Wisata Syariah wajib memenuhi ketentuan ketentuan berikut: (1) Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas; terutama yang berkaitan dengan fikih pariwisata; (2) Berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggungjawab; (3) Memiliki kornpetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku yang dibuktikan dengan sertifikat. Serta dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2025 tentang Standar Kegiatan Usaha, Tata Cara Pelaksanaan Pengawasan, dan Sanksi Administratif pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata bahwa sumber daya manusia memiliki sertifikat kompetensi di bidangnya.

Standart kompetensi *tour leader* diatas harus implementasikan oleh pelaku usaha pariwisata karena dengan itulah konsumen pariwisata mendapatkan hak-haknya sesuai dengan Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 4 Hak konsumen adalah: a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa; d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Bentuk jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha untuk menjamin kepuasan dan keamanan konsumen adalah bukti sertifikat perusahaan yang dikeluarkan oleh pihak ketiga yang dimilikinya termasuk serfitikasi *tour leader* (Wahyuni, 2003).

Meskipun undang-undang tersebut mencakup beberapa aspek perlindungan konsumen, masih terdapat beberapa kekurangan dalam hal penegakan hukum dan pemahaman masyarakat mengenai hak-hak mereka, (Aisyah, Khalidah, Nazrina, Silalahi, & Aulia, 2025) serta beberapa pasal yang perlu di tambah dan di revisi.

Jika melihat posisi konsumen yang dalam kegiatan pariwisata memiliki kelemahan seperti perlindungan hukum, makasalah satu sifat yang sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan kepada warga negara dan/atau masyarakat. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, terkadang prosedur keamanan yang diterapkan di objek wisata seringkali diabaikan oleh konsumen wisatawan. (Wibowo, Gilalo, & Mulyadi, 2024)

Oleh karena itu, diperlukan suatu mekanisme perlindungan hukum yang mampu memberikan kepastian hukum dan berkeadilan bagi konsumen pariwisata apabila terjadi kerugian atau kecelakaan saat berwisata. Perlindungan hukum tersebut tidak hanya diwujudkan melalui peraturan kewajiban pelaku usaha/jasa, akan tetapi juga melalui lembaga-lembaga khusus yang berwenang menangani serta menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha/jasa. Keberadaan lembaga penyelesaian sengketa menjadi penting sebagai sarana bagi konsumen untuk memperoleh hak-haknya secara efektif tanpa harus selalu menempuh litigasi.

Badan penyelesaian sengketa konsumen (selanjutnya disebut BPSK) sebagaimana dimaksud dalam UUPK, yang dibentuk oleh pemerintah, adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen akan tetapi bukanlah merupakan bagian dari kekuasaan kehakiman (Nugroho, 2008). Penyelesaian sengketa non-litigasi atau diluar pengadilan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum serta memiliki kepastian hukum terhadap konsumen, sehingga hal tersebut tidak terjadi lagi (Pasal 47 UUPK). Proses penyelesaian sengketa dilaksanakan dengan mediasi, konsiliasi dan arbitrase, prosedur yang cepat, sederhana, menghemat waktu dan biaya ringan dalam menyelesaikan perkara serta dapat memelihara hubungan antara konsumen dan pelaku usaha atau pemberi jasa dan pasal 55 UUPK menyebutkan BPSK harus mengeluarkan putusan selambat-lambatnya dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima (Nur, 2021). BPSK merupakan bagian dari pelayanan masyarakat oleh pemerintah yang berada langsung dibawah Kementerian Perdagangan. BPSK RI mempunyai fungsi untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen.

KESIMPULAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya telah memberikan dasar hukum perlindungan bagi konsumen, namun belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen jasa pariwisata. Pengaturan mengenai kewajiban sertifikasi dan sanksi terhadap tour leader yang tidak bersertifikat belum diatur secara tegas, sehingga berpotensi merugikan konsumen dan menimbulkan ketidakpastian hukum. Selain itu, belum diterapkannya prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) serta belum terintegrasinya lembaga penyelesaian sengketa perlindungan konsumen menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen pariwisata belum optimal.

Saran : *Pertama*, Perlu dilakukan revisi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya dengan menambahkan ketentuan yang secara tegas mengatur kewajiban sertifikasi bagi *tour leader* serta sanksi administratif maupun sanksi hukum bagi pelaku usaha pariwisata yang menggunakan tenaga kerja tidak bersertifikat. *Kedua*; Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) perlu diakomodasi secara eksplisit dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terutama untuk sektor jasa pariwisata, guna memberikan perlindungan yang lebih kuat dan memudahkan konsumen dalam menuntut ganti

rugi atas kerugian yang dialami. *Ketiga*; Perlu adanya integrasi lembaga penyelesaian sengketa perlindungan konsumen melalui sistem satu pintu atau koordinasi yang lebih kuat antar lembaga terkait, agar penyelesaian sengketa konsumen, termasuk konsumen pariwisata, dapat dilakukan secara efektif, cepat, dan memberikan kepastian hukum.

REFERENSI

- Aisyah, R. N., Khalidah, H., Nazrina, S. P., Silalahi, J., & Aulia, D. (2025). Efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 Dalam Melindungi Data Pribadi Konsumen Di Sektor E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 6 (1), 10. doi:<https://doi.org/10.36985/v7dfhf27>
- Devina C. (2021). Pengertian Biro Perjalanan: Manfaat, hingga Perbedaannya dengan Agen Perjalanan. Dipetik Januari 30, 2026, dari <https://www.gramedia.com/literasi/biro-perjalanan/>
- Dewobroto, W. (2020). Jenis-Jenis Usaha Jasa Pariwisata Paling Laris di Indonesia. Dipetik Desember 30, 2025, dari <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-bisnis/jenis-jenis-usaha-jasa-pariwisata-paling-laris-di-indonesia>
- Eddyono, F. (2019). *Pengelolaan Destinasi wisata*. Ponorogo, Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
- Hery, S., & Fitria, A. (2014). *Wisata syariah: karakter, potensi, prospek, dan tantangannya*. Jakarta: Grafindo Books Media.
- Kristiyanti, C. T. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Maulidi, K. N., & Achmad, Z. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 277-278. doi:<http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8160>.
- Nugroho, S. A. (2008). *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya*. Jakarta: Pradana Media Group.
- Nur, I. (2021). Efektifitas UU No 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Berkeadilan. *Journal I La Galigo : Public Administration Journal*, 4 (2), 31. doi:<https://doi.org/10.35914/ilagaligo.925>
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2025 tentang Standar Kegiatan Usaha, Tata Cara Pelaksanaan Pengawasan, dan Sanksi Administratif pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Putra, I. B. (2003). *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- Riasa, N. (2016). Kualitas Pelayanan Tour Leader di PT Rezki Jasty Tour & Travel. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Riau*, 3 (2), 4.
- Tesalonika, B., & Hutabar, S. M. (2024). Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Kecelakaan Pada Tempat Wisata. *Jurnal USM Law Review*, 7 (3), 1802. doi:<https://doi.org/10.26623/julr.v7i3.10854>
- Undang-undang No. 10 tahun 2010 tentang kepariwisataan.
- Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
- Wahyuni, E. S. (2003). *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Wibowo, D. A., Gilalo, J., & Mulyadi. (2024). Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Objek Wisata Terhadap Konsumen Akibat Bencana Alam di Wilayah Kabupaten Bogor. *Jurnal Karimah Tauhid*, 3 (3), 3035. doi:<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12494>
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 1(1), 73. doi:<https://doi.org/10.15408/thd.v1i1.3325>