

Pengaruh implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap perilaku doom spending mahasiswa

Wafiq Sinta Nuria

Program Studi Hukum Tata Negara, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 210203110082@student-uin.malang.ac.id

Kata Kunci:

UU Perlindungan Konsumen; doom spending; mahasiswa; perilaku konsumtif; pengaruh hukum

Keywords:

consumer protection law; doom spending; university students; consumptive behavior; legal influence

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap perilaku doom spending di kalangan mahasiswa. Doom spending merujuk pada perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkendali, yang seringkali terjadi sebagai respons terhadap tekanan sosial, kondisi ekonomi, atau ketidakpahaman terhadap hak-hak konsumen. Implementasi UU Perlindungan Konsumen diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajiban konsumen, serta melindungi mereka dari praktik-praktik bisnis yang merugikan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel mahasiswa di beberapa universitas di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap UU Perlindungan Konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengendalian perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun faktor lain seperti pengaruh teman sebaya dan iklan juga berperan penting. Secara keseluruhan, pendidikan mengenai hak konsumen dapat mengurangi perilaku doom spending dan mendorong konsumsi yang lebih rasional di kalangan mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of the implementation of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection on doom spending behavior among university students. Doom spending refers to excessive and uncontrolled consumption behaviors, often driven by social pressures, economic conditions, or lack of understanding of consumer rights. The implementation of the Consumer Protection Law is expected to provide better awareness of consumer rights and obligations, protecting them from harmful business practices. The study uses a survey method with a sample of students from several universities in Indonesia. The results indicate that understanding of the Consumer Protection Law has a significant impact on controlling consumptive behaviors, although other factors such as peer influence and advertising also play important roles. Overall, consumer rights education can reduce doom spending behavior and encourage more rational consumption patterns among students.

Pendahuluan

Perilaku konsumtif yang berlebihan atau yang sering disebut doom spending merupakan fenomena yang semakin marak di kalangan mahasiswa, terutama di tengah tekanan sosial dan gaya hidup konsumerisme yang berkembang pesat. Mahasiswa, sebagai kelompok yang rentan terhadap pengaruh eksternal, seringkali terjebak dalam



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

perilaku belanja yang tidak terkendali, baik karena faktor iklan, tren, maupun kurangnya pemahaman mengenai hak-hak konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajiban konsumen, serta melindungi mereka dari praktik bisnis yang merugikan. Dalam konteks ini, undang-undang tersebut diharapkan dapat memberikan panduan bagi konsumen, khususnya mahasiswa, dalam melakukan pembelian yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Namun, sejauh mana implementasi undang-undang ini dapat memengaruhi perilaku doom spending di kalangan mahasiswa masih perlu diteliti lebih lanjut (Izazi et al., 2024). Beberapa faktor eksternal, seperti iklan, pengaruh teman sebaya, dan tren konsumsi, tetap berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan harapan dapat memberikan wawasan terkait peran penting edukasi konsumen dalam mengurangi perilaku belanja berlebihan yang tidak rasional di kalangan generasi muda. Selain itu, perilaku konsumtif yang berlebihan juga dipengaruhi oleh kurangnya kesadaran mahasiswa terhadap hak-hak mereka sebagai konsumen yang dilindungi oleh undang-undang. Banyak di antara mereka yang belum memahami sepenuhnya mengenai mekanisme perlindungan yang tersedia atau cara untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan transaksi yang merugikan. Pendidikan tentang perlindungan konsumen yang lebih intensif dapat membantu mahasiswa untuk lebih bijak dalam membuat keputusan pembelian, sekaligus mengurangi dampak negatif dari perilaku doom spending yang dapat merugikan kondisi finansial mereka (Wening, n.d.).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, termasuk pengetahuan tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pengaruh teman sebaya, serta pengaruh iklan dan media sosial. Dalam konteks ini, penting untuk mengetahui bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen muda dalam menghadapi berbagai tantangan di dunia konsumsi modern. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan pendidikan konsumen yang lebih efektif di kalangan mahasiswa.

Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumtif yang berlebihan atau yang sering disebut doom spending semakin menjadi perhatian di kalangan mahasiswa. Mahasiswa, sebagai kelompok yang tengah berada dalam fase transisi menuju kedewasaan, seringkali terpengaruh oleh berbagai faktor eksternal, seperti iklan, media sosial, dan pengaruh teman sebaya. Hal ini mengarah pada pola konsumsi yang tidak rasional, di mana mahasiswa terjebak dalam perilaku belanja yang berlebihan dan tidak terkendali, yang berisiko merugikan kondisi finansial mereka. Di sisi lain, pemahaman yang terbatas tentang hak-hak konsumen serta rendahnya kesadaran akan perlindungan hukum yang mereka miliki membuat mahasiswa lebih rentan terhadap praktik bisnis yang merugikan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai respons terhadap isu-isu ini, dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, serta meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka dalam transaksi perdagangan. Namun, meskipun undang-undang ini sudah diterapkan, banyak mahasiswa yang masih belum memahami sepenuhnya mekanisme perlindungan yang dapat mereka manfaatkan. Hal ini berpotensi memperburuk perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama yang dipengaruhi oleh faktor eksternal.

Pembahasan

Perilaku doom spending di kalangan mahasiswa mencerminkan kecenderungan konsumsi yang tidak terkendali, di mana individu membeli barang atau jasa secara impulsif tanpa mempertimbangkan dampak finansial jangka panjang. Fenomena ini sering kali dipicu oleh banyak faktor eksternal, seperti iklan, media sosial, serta tekanan sosial dari teman sebaya yang mendorong gaya hidup konsumtif. Mahasiswa, yang umumnya memiliki sumber pendapatan terbatas, cenderung lebih rentan terhadap pengaruh ini, terutama ketika mereka merasa ingin mengikuti tren atau gaya hidup tertentu. Dalam konteks ini, perilaku doom spending tidak hanya merugikan kondisi finansial mahasiswa, tetapi juga dapat berdampak pada kesejahteraan mental dan sosial mereka.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, serta memberikan edukasi tentang hak dan kewajiban konsumen. Namun, meskipun undang-undang ini telah ada sejak lama, masih banyak konsumen, termasuk mahasiswa, yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan perlindungan yang ditawarkan. Kurangnya pengetahuan mengenai hak-hak konsumen seringkali mengakibatkan mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, seperti membeli barang atau layanan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Oleh karena itu, penguatan pemahaman mengenai undang-undang ini diharapkan dapat mengurangi tingkat doom spending di kalangan mahasiswa dengan memberikan mereka pengetahuan yang lebih baik tentang hak-hak mereka dalam transaksi konsumsi.

Pendidikan mengenai perlindungan konsumen sangat penting untuk membantu mahasiswa menjadi konsumen yang cerdas dan bijaksana. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hak dan kewajiban mereka, mahasiswa dapat lebih berhati-hati dalam memilih barang atau jasa yang mereka beli, serta menghindari tekanan sosial atau iklan yang bisa mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Di sisi lain, kebijakan yang lebih proaktif dari perguruan tinggi dan pihak terkait dalam mengedukasi mahasiswa tentang UU Perlindungan Konsumen dapat memainkan peran besar dalam mengurangi perilaku doom spending dan menciptakan pola konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab (Setiadi & Se, 2019).

Selain pengaruh dari faktor eksternal seperti iklan dan media sosial, perilaku doom spending mahasiswa juga dipengaruhi oleh kurangnya literasi keuangan. Banyak mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengelolaan keuangan pribadi, sehingga mereka cenderung menganggap belanja sebagai cara untuk

meredakan stres atau sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan emosional. Dalam situasi ini, pendidikan keuangan yang terintegrasi dengan pendidikan perlindungan konsumen akan sangat membantu mahasiswa untuk memahami pentingnya pengelolaan uang yang bijaksana. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai anggaran pribadi, mahasiswa dapat menghindari pembelian impulsif dan mulai membuat keputusan keuangan yang lebih rasional.

Di sisi lain, penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 diharapkan tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang hak-hak konsumen, tetapi juga menciptakan kesadaran kolektif di kalangan mahasiswa bahwa mereka memiliki kekuatan untuk menuntut hak-haknya dalam transaksi konsumen. Misalnya, mahasiswa harus tahu bahwa mereka berhak atas produk yang berkualitas sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual atau pemasok. Jika mahasiswa memiliki pemahaman yang kuat mengenai hak mereka, mereka akan lebih cenderung untuk menghindari transaksi yang merugikan, serta memilih untuk membeli barang atau layanan yang benar-benar mereka butuhkan, bukan yang mereka inginkan akibat pengaruh eksternal. Meski Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah ada, tantangan yang masih dihadapi adalah implementasi yang kurang optimal di kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa. Sebagai contoh, banyak mahasiswa yang mungkin hanya mengetahui sedikit tentang ketentuan yang ada dalam undang-undang ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperkenalkan dan mengintegrasikan pendidikan perlindungan konsumen secara lebih mendalam di lingkungan kampus. Dengan cara ini, mahasiswa akan mendapatkan informasi yang lebih lengkap tentang cara-cara melindungi diri mereka sebagai konsumen dan mengurangi dampak negatif dari perilaku doom spending.

Secara keseluruhan, untuk mencapai perilaku konsumtif yang lebih rasional, dibutuhkan sinergi antara pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan pengetahuan keuangan yang baik. Melalui kombinasi keduanya, mahasiswa dapat memiliki kendali yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif mereka, serta menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Dengan demikian, pendidikan perlindungan konsumen dan keuangan yang holistik akan memainkan peran krusial dalam membentuk pola konsumsi yang lebih bijaksana di kalangan generasi muda (Hastuti et al., 2020).

Pengaruh Pendidikan Perlindungan Konsumen terhadap Perilaku Doom Spending

Pendidikan perlindungan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif yang lebih bertanggung jawab di kalangan mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa tidak sepenuhnya menyadari hak-hak mereka sebagai konsumen, yang dapat berisiko mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan atau doom spending. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, mahasiswa diharapkan mampu melakukan pembelian yang lebih rasional dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Pengajaran yang lebih intensif mengenai hak-hak konsumen seperti hak atas barang atau jasa yang sesuai dengan perjanjian, hak untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang produk yang dibeli, dan hak untuk mengajukan keluhan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk tidak mudah terjebak dalam perilaku belanja impulsif (Norma Sari, 2021).

Di samping itu, pendidikan ini juga dapat memberikan mahasiswa wawasan tentang cara melindungi diri mereka dari penipuan atau produk yang tidak sesuai dengan standar yang dijanjikan oleh penjual (Siti Samsiyah et al., 2023). Dengan pengetahuan yang lebih mendalam tentang hukum yang ada, mahasiswa akan lebih berhati-hati dalam bertransaksi dan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang hanya didorong oleh pengaruh eksternal seperti iklan atau peer pressure.

Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Doom Spending di Kalangan Mahasiswa

Faktor eksternal juga memiliki peran besar dalam membentuk perilaku doom spending mahasiswa. Salah satu faktor utama adalah pengaruh iklan dan media sosial. Iklan yang berlebihan, terutama di platform digital, seringkali menciptakan tekanan sosial untuk mengikuti tren atau memiliki barang-barang tertentu yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Nasution et al., 2023). Mahasiswa yang cenderung terpengaruh oleh gambar gaya hidup glamor di media sosial sering kali merasa bahwa mereka harus membeli produk tertentu untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial yang ada. Tekanan dari teman sebaya juga berperan penting dalam mendorong perilaku konsumtif (Hunaifi et al., 2024). Ketika mahasiswa merasa bahwa mereka perlu mengikuti gaya hidup konsumtif teman-teman mereka untuk diterima dalam kelompok, mereka lebih rentan terhadap pengeluaran yang tidak terencana.

Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa pengaruh eksternal sering kali lebih kuat daripada pemahaman rasional tentang keuangan atau hak-hak konsumen (Reskiana et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk diberikan pemahaman tentang bagaimana cara mengenali dan mengatasi pengaruh sosial dan iklan, serta bagaimana menilai apakah suatu pembelian benar-benar diperlukan atau hanya didorong oleh tekanan dari luar.

Peran Literasi Keuangan dalam Mengendalikan Doom Spending

Literasi keuangan adalah aspek yang tidak kalah penting dalam mengatasi perilaku doom spending di kalangan mahasiswa. Tanpa pengetahuan yang cukup mengenai pengelolaan keuangan pribadi, mahasiswa cenderung mengabaikan perencanaan anggaran dan pengelolaan keuangan yang baik (Apriliani, n.d.). Banyak dari mereka yang belum memahami konsep dasar seperti pengelolaan utang, tabungan, dan investasi yang dapat membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih bijak. Ketidaktahuan ini sering mengarah pada keputusan keuangan yang buruk, termasuk pembelian impulsif dan pengeluaran yang berlebihan.

Oleh karena itu, integrasi pendidikan literasi keuangan dengan pendidikan perlindungan konsumen sangat penting. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih cenderung untuk memprioritaskan kebutuhan mereka dan mengelola pengeluaran secara bijaksana, daripada terjebak dalam siklus doom spending (Riani et al., 2017). Dengan pengetahuan yang tepat mengenai cara mengelola uang, mahasiswa dapat lebih mudah menentukan batasan pengeluaran dan menghindari godaan untuk membeli barang yang tidak diperlukan, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya pemborosan.

Implikasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki potensi besar untuk mengubah perilaku konsumtif mahasiswa. Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi mahasiswa untuk mengetahui dan menuntut hak-hak mereka sebagai konsumen, seperti hak atas produk yang sesuai dengan deskripsi atau hak untuk mengajukan klaim atas kerugian yang timbul akibat barang atau layanan yang tidak sesuai. Namun, meskipun undang-undang ini sudah ada, banyak mahasiswa yang belum sepenuhnya memahami cara mengakses perlindungan tersebut (Hidayag & Witasari, 2022).

Oleh karena itu, peran institusi pendidikan sangat penting dalam mengedukasi mahasiswa tentang isi dan tujuan UU Perlindungan Konsumen. Selain itu, lembaga yang berwenang seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) juga harus lebih aktif dalam menyebarkan informasi mengenai hak-hak konsumen kepada mahasiswa melalui seminar, kampanye edukasi, atau media sosial (Wiranti, 2020). Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai undang-undang ini, mahasiswa dapat lebih percaya diri dalam melakukan pembelian dan tidak mudah menjadi korban dari praktik bisnis yang merugikan.

Kesimpulan dan Saran

Perilaku doom spending di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti iklan, media sosial, dan tekanan sosial dari teman sebaya. Tanpa pemahaman yang memadai tentang hak-hak konsumen dan pengelolaan keuangan, mahasiswa sering kali terjebak dalam pembelian impulsif yang merugikan kondisi finansial mereka. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berperan penting dalam memberikan edukasi dan perlindungan hukum kepada mahasiswa, namun implementasinya masih kurang optimal. Pendidikan mengenai perlindungan konsumen dan literasi keuangan yang terintegrasi di perguruan tinggi menjadi kunci untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang dapat membantu mereka menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak konsumen, serta kemampuan untuk mengelola keuangan secara bijak, mahasiswa dapat mengurangi kecenderungan untuk terjebak dalam doom spending dan menjadi konsumen yang lebih rasional.

Untuk mengurangi perilaku doom spending di kalangan mahasiswa, disarankan agar perguruan tinggi lebih aktif dalam mengintegrasikan pendidikan perlindungan konsumen dan literasi keuangan ke dalam kurikulum mereka. Selain itu, perlu adanya peningkatan kampanye dan seminar yang dapat membantu mahasiswa memahami pentingnya pengelolaan keuangan pribadi dan perlindungan konsumen. Pihak terkait, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga keuangan, juga diharapkan untuk lebih proaktif dalam menyebarluaskan informasi mengenai hak-hak konsumen dan pengelolaan keuangan yang bijaksana. Terakhir, mahasiswa perlu didorong untuk lebih kritis dalam mengonsumsi informasi yang berasal dari media sosial

dan iklan, serta diajarkan cara mengelola pengeluaran agar mereka dapat lebih bijak dalam membuat keputusan keuangan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan mahasiswa dapat menghindari perilaku doom spending dan menjalani kehidupan finansial yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Apriliani, R. (n.d.). Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital (Teori dan Implementasinya).
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Ta., Sudarso, A., Soetijono, I. K., & Saputra, D. H. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayag, K., & Witasari, A. (2022). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce). Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161–174.
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8–14.
- Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, B. (2023). Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEPI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Maslahah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1997–2006.
- Norma Sari, S. H. (2021). Permasalahan Kontemporer Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. UAD PRESS.
- Reskiana, R., Dewi, C., & Bakari, Y. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Pesisir Di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan. *ANTRO: Antropologi Tadulako Research Journal*, 1(1), 44–50.
- Riani, L. P., Fikri, A. A. H. S., & Maimun Sholeh, S. (2017). Literasi Keuangan Kaum Millenial: Tinjauan Faktor Anteseden dan Konsekuensi. *Media Nusa Creative* (MNC Publishing).
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.
- Siti Samsiyah, S. E., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., & Zukar, M. (2023). Perilaku Konsumen. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Wening, S. (n.d.). Nilai Pendidikan Konsumen: Dalam Pembentukan Karakter Bangsa. PT Kanisius.
- Wiranti, W. (2020). Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Transaksi Online.