



## Sosialisasi Hukum Perlindungan Konsumen di Pasar Tradisional Seutui Banda Aceh

Irfansyah ✉

Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPHB

### Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, Banda Aceh. Pasar tradisional ini mengalami tantangan dalam bersaing dengan pasar modern dan e-commerce, serta menghadapi masalah dalam perlindungan konsumen. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk menganalisis pemahaman pelaku usaha dan konsumen mengenai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Temuan menunjukkan bahwa pemahaman tentang hukum masih sangat terbatas, dengan sosialisasi yang bersifat satu arah dan kurang partisipatif. Kendala tersebut menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan rendahnya kepercayaan terhadap pelaku usaha. Rekomendasi untuk memperbaiki kondisi ini termasuk peningkatan sosialisasi yang lebih inklusif dan interaktif, serta keterlibatan aktif dari berbagai pihak seperti pemerintah daerah dan komunitas lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur perlindungan konsumen di pasar tradisional dan menawarkan solusi praktis untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Pasar Seutui.

**Kata Kunci:** *sosialisasi hukum, perlindungan konsumen, pasar tradisional, pemahaman hukum.*

### Abstract

*This study evaluates the effectiveness of consumer protection law socialization in Seutui Market, Banda Aceh. This traditional market experiences challenges in competing with modern markets and e-commerce, and faces problems in consumer protection. This study uses a descriptive qualitative approach with in-depth interviews, observation, and documentation to analyze the understanding of business actors and consumers regarding Law No. 8/1999 on Consumer Protection. The findings show that understanding of the law is still very limited, with socialization being one-way and less participatory. These constraints lead to consumer dissatisfaction and low trust in businesses. Recommendations to improve this condition include increased socialization that is more inclusive and interactive, as well as active involvement from various parties such as local governments and local communities. This research contributes to the literature on consumer protection in traditional markets and offers practical solutions to improve consumer protection in Seutui Market.*

**Keywords:** *legal socialization, consumer protection, traditional market. Legal understanding*

Copyright (c) 2023 **Irfansyah**

✉ Corresponding author :  
Email Address : irfansyah\_aceh@yahoo.co.id

## **PENDAHULUAN**

Pasar tradisional, termasuk Pasar Seutui di Banda Aceh, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal Indonesia, menyediakan akses barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau bagi masyarakat. Namun, pasar tradisional menghadapi tantangan yang signifikan dalam bersaing dengan pasar modern dan e-commerce, yang mengurangi jumlah pengunjung dan pendapatan pedagang kecil (Kurniawan et al., 2021). Selain itu, kualitas perlindungan konsumen di pasar-pasar ini sering kali kurang memadai, yang menyebabkan terjadinya praktik-praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan dan ketidakjelasan harga (Alaysia, 2023). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka dan membangun pasar yang lebih adil melalui sosialisasi hukum perlindungan konsumen (Rohmadani & Megawati, 2022).

Penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen, namun implementasinya di pasar tradisional seperti Pasar Seutui masih menghadapi berbagai kendala. Banyak konsumen yang tidak menyadari hak-hak mereka, sementara pedagang sering kali tidak memahami kewajiban mereka sesuai dengan hukum yang berlaku (Wigiyanti & Kakiay, 2022). Ketidakseimbangan ini menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan menurunnya kepercayaan terhadap pelaku usaha. Penelitian ini berupaya memperbaiki kondisi ini dengan memperkenalkan program sosialisasi hukum yang lebih inklusif, melibatkan partisipasi aktif baik dari pelaku usaha maupun konsumen.

Sosialisasi hukum perlindungan konsumen merupakan langkah strategis dalam menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih sehat di pasar tradisional. Pendekatan yang partisipatif dalam program sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemahaman hukum di kalangan pedagang dan konsumen (Jatiningsih, 2021). Melalui diskusi interaktif dan simulasi kasus, peserta dapat lebih mudah memahami konsep hukum yang disampaikan dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat membantu dalam meningkatkan transparansi transaksi di pasar tradisional (Fadjarwati et al., 2021).

Peran pemerintah daerah, komunitas lokal, dan organisasi perlindungan konsumen sangat penting dalam mendukung keberhasilan sosialisasi ini. Kerjasama lintas sektor diperlukan untuk memastikan program sosialisasi dapat berkelanjutan dan berdampak positif bagi pasar tradisional, termasuk Pasar Seutui. Media lokal juga dapat

berperan penting dalam menyebarkan informasi mengenai perlindungan konsumen, sehingga pesan-pesan hukum dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan berkontribusi pada perubahan perilaku (Ombi, 2020). Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan hukum di pasar tradisional dan memberikan solusi untuk mengatasinya.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam fokusnya pada pasar tradisional, di mana literatur sebelumnya lebih banyak membahas perlindungan konsumen di pasar modern dan *e-commerce*. Studi ini memberikan kontribusi baru dengan mengeksplorasi bagaimana hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara efektif melalui sosialisasi yang lebih adaptif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Pasar Seutui, Banda Aceh. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dan para pemangku kepentingan dalam membangun model sosialisasi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali secara mendalam implementasi dan efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, Banda Aceh. Penelitian ini memilih Pasar Seutui karena merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Banda Aceh, dengan dinamika transaksi yang relevan untuk kajian perlindungan konsumen. Subjek penelitian terdiri dari dua kelompok utama, yaitu pelaku usaha (pedagang dan pengelola pasar) serta konsumen yang berbelanja di pasar tersebut. Responden dipilih secara purposive, dengan jumlah total sekitar 20 responden yang terdiri dari 10 pelaku usaha dan 10 konsumen. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memahami pemahaman dan pengalaman pelaku usaha serta konsumen terkait hak-hak mereka dalam transaksi di pasar. Observasi langsung di lapangan dilakukan untuk melihat interaksi mereka, sementara dokumentasi materi sosialisasi dan regulasi hukum dianalisis sebagai data sekunder.

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan, seperti efektivitas sosialisasi hukum, pemahaman hak-hak konsumen, serta tantangan dalam penerapan perlindungan konsumen. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, teknik triangulasi diterapkan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melakukan member check untuk memastikan keakuratan informasi. Penelitian ini diawali dengan persiapan, termasuk penyusunan instrumen penelitian dan pengajuan izin, dilanjutkan dengan pengumpulan data dan analisis tematik. Hasil penelitian akan disajikan dalam laporan yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, serta rekomendasi yang

dapat digunakan oleh pemerintah daerah, pelaku usaha, dan konsumen untuk meningkatkan perlindungan konsumen di pasar tradisional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memberikan gambaran mengenai efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, Banda Aceh. Berdasarkan wawancara dan observasi lapangan, ditemukan bahwa pemahaman pelaku usaha dan konsumen terhadap Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih sangat terbatas. Tabel berikut merangkum temuan utama terkait pemahaman tersebut serta metode sosialisasi yang telah diterapkan.

Tabel 1. Temuan Utama tentang Pemahaman dan Metode Sosialisasi Hukum Perlindungan Konsumen di Pasar Seutui

Kategori	Temuan Utama	Deskripsi
Pelaku Usaha	Tidak Mendapatkan Pelatihan/Sosialisasi	Sebagian besar pedagang di Pasar Seutui tidak pernah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi mengenai hukum perlindungan konsumen. Mereka menjalankan usaha berdasarkan pengalaman dan tradisi lokal tanpa memperhatikan peraturan yang berlaku. Tidak ada pemahaman yang mendalam terkait hak dan kewajiban hukum.
Kesadaran Pentingnya Hubungan Baik	Sadar akan pentingnya menjaga hubungan baik dengan konsumen, namun tidak memahami secara hukum	Beberapa pedagang mengakui bahwa mereka sadar akan pentingnya menjaga hubungan baik dengan konsumen, tetapi tidak memahami hak dan kewajiban mereka secara hukum.
Konsumen	Kurangnya Pengetahuan Hukum Perlindungan Konsumen	Mayoritas responden dari kalangan konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen yang dilindungi oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Mereka cenderung mengandalkan negosiasi langsung dengan pedagang untuk menyelesaikan masalah, tanpa memanfaatkan mekanisme pengaduan resmi yang tersedia.
Kepedulian Konsumen Terdidik	Kepedulian terhadap Kualitas Barang namun Informasi Minim	Sebagian kecil konsumen yang lebih teredukasi menunjukkan kepedulian terhadap kualitas barang yang mereka beli, namun mereka juga merasa bahwa informasi mengenai hak-hak konsumen masih sangat terbatas dan kurang disebarluaskan di kalangan masyarakat luas.
Metode	Program Sosialisasi	Sosialisasi hukum di Pasar Seutui cenderung

Sosialisasi	Bersifat Satu Arah	bersifat satu arah, dengan minim partisipasi dari pelaku usaha dan konsumen. Program sosialisasi belum mencakup semua pihak yang seharusnya terlibat dan tidak melibatkan metode interaktif seperti diskusi kelompok atau simulasi kasus nyata, yang dianggap lebih efektif.
-------------	--------------------	--

---

Tabel 1 menyajikan temuan utama mengenai pemahaman dan metode sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, Banda Aceh. Temuan menunjukkan bahwa mayoritas pedagang di pasar tersebut tidak pernah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi tentang hukum perlindungan konsumen. Mereka lebih mengandalkan pengalaman dan tradisi lokal dalam menjalankan usaha, tanpa memperhatikan peraturan hukum yang berlaku, sehingga tidak memiliki pemahaman mendalam mengenai hak dan kewajiban hukum.

Di sisi lain, konsumen di Pasar Seutui juga menunjukkan kurangnya pengetahuan tentang hak-hak mereka sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Mereka cenderung menyelesaikan masalah melalui negosiasi langsung dengan pedagang, tanpa memanfaatkan mekanisme pengaduan resmi yang tersedia. Hanya sebagian kecil konsumen yang lebih teredukasi menunjukkan kepedulian terhadap kualitas barang, namun mereka juga merasa bahwa informasi mengenai hak-hak konsumen masih sangat terbatas. Selain itu, metode sosialisasi hukum perlindungan konsumen di pasar ini masih bersifat satu arah dan kurang melibatkan partisipasi aktif dari pelaku usaha dan konsumen. Program sosialisasi yang ada belum mencakup seluruh pihak yang seharusnya terlibat dan tidak menggunakan metode interaktif seperti diskusi kelompok atau simulasi kasus nyata, yang dapat meningkatkan efektivitas sosialisasi.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa isu penting muncul terkait efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui.

### 1. Pemahaman Hukum yang Terbatas

Perlindungan konsumen di pasar tradisional di Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait pemahaman hukum yang terbatas dari pelaku usaha dan konsumen. Teori perubahan perilaku dari Rogers (2003) menjelaskan bahwa adopsi hukum baru memerlukan informasi berkelanjutan dan sosialisasi yang efektif, namun, implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih belum optimal. Penelitian oleh Simanjuntak (2021) menunjukkan bahwa banyak konsumen yang tidak menyadari hak-hak mereka karena kurangnya sosialisasi mengenai undang-

undang tersebut. Hal ini menciptakan situasi di mana konsumen tidak dapat membela hak-hak mereka ketika terjadi pelanggaran. Pramono (2023) menekankan perlunya perlindungan hukum dalam transaksi, terutama dalam konteks *e-commerce*, namun tantangan serupa berlaku di pasar tradisional di mana akses informasi sering kali terbatas. Ketidakhahaman ini dapat menyebabkan konsumen terjebak dalam praktik perdagangan yang merugikan, seperti penjualan barang kadaluwarsa atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi (Tampubolon, 2020).

Metode sosialisasi yang ada saat ini juga dianggap kurang efektif. Susanti (2021) mencatat bahwa program sosialisasi pemerintah sering tidak menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama di daerah pedesaan dan pasar tradisional. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inovatif dan inklusif dalam menyampaikan informasi hukum. Saimima (2018) menyoroti pentingnya pendidikan hukum bagi konsumen, termasuk di pasar tradisional, dan mendorong pemerintah serta lembaga terkait untuk merancang program edukasi yang lebih efektif. Selain itu, keterlibatan institusi penegak hukum sangat penting untuk meningkatkan pemahaman hukum. Maulana (2024) menekankan bahwa penegakan hukum yang konsisten dan transparan dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum. Namun, Dewi (2018) mencatat kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan, menunjukkan perlunya upaya memperkuat peran institusi penegak hukum dalam mengawasi pasar tradisional dan memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam rangka meningkatkan perlindungan konsumen di pasar tradisional, pemahaman hukum yang terbatas di kalangan pelaku usaha dan konsumen harus menjadi perhatian utama. Sosialisasi yang lebih efektif, pendidikan hukum yang berkelanjutan, dan keterlibatan institusi penegak hukum yang lebih aktif merupakan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengatasi masalah ini. Dengan meningkatkan pemahaman hukum, diharapkan konsumen dapat lebih terlindungi dan pelaku usaha dapat beroperasi dengan lebih adil dan transparan.

## 2. Kendala dalam Sosialisasi

Sosialisasi hukum di Pasar Seutui menghadapi kendala signifikan yang menghambat pemahaman efektif mengenai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pendekatan sosialisasi yang bersifat satu arah dan minim partisipasi aktif bertentangan dengan teori sosialisasi hukum Friedman (1975), yang menekankan pentingnya interaksi dalam proses pemahaman hukum. Menurut Kadir et al. (2021), sosialisasi yang hanya bersifat informatif sering kali menyebabkan kurangnya pemahaman mendalam tentang hukum, karena masyarakat menerima informasi secara pasif tanpa adanya dialog atau diskusi. Jayanti (2023) menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat melalui interaksi langsung dapat meningkatkan pemahaman tentang isu-isu hukum. Selain itu, Chairi et al. (2017) menekankan pentingnya pembentukan

kelompok sadar hukum untuk memungkinkan diskusi dan klarifikasi tentang hak-hak konsumen. Widiyani (2023) menyoroiti bahwa metode sosialisasi yang melibatkan simulasi atau role-playing bisa efektif untuk membantu masyarakat memahami situasi nyata dalam transaksi. Tanpa pemahaman yang memadai, konsumen lebih rentan terhadap praktik perdagangan yang merugikan dan kurang berdaya untuk melaporkan pelanggaran, yang berdampak negatif pada perlindungan konsumen di pasar tradisional. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait perlu merancang program sosialisasi yang lebih inklusif dan interaktif untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman hukum di kalangan masyarakat.

### 3. Rendahnya Pengetahuan Konsumen

Rendahnya pengetahuan konsumen di Pasar Seutui menghambat mereka dalam memanfaatkan mekanisme perlindungan hukum yang tersedia, sejalan dengan teori perlindungan konsumen dari Kotler (2015) yang menekankan pentingnya edukasi konsumen. Penelitian oleh Sari dan Prabowo menunjukkan bahwa banyak konsumen tidak menyadari hak-hak mereka, seperti hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan hak untuk mendapatkan ganti rugi, yang membuat mereka merasa tidak berdaya ketika menghadapi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Hidayati menambahkan bahwa ketidaktahuan ini juga berkontribusi pada rendahnya partisipasi dalam mekanisme pelaporan pelanggaran. Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya sosialisasi hukum yang terarah dan intensif serta program edukasi konsumen yang melibatkan berbagai metode seperti seminar, lokakarya, dan penyuluhan langsung di pasar. Pembentukan kelompok belajar atau kelompok sadar hukum dapat memberikan forum bagi konsumen untuk berdiskusi dan memperkuat pemahaman mereka. Hadi (2018) menyoroiti pentingnya menyesuaikan metode sosialisasi dengan kebutuhan lokal dan melibatkan tokoh masyarakat untuk meningkatkan efektivitasnya. Dengan pendekatan yang lebih inklusif dan edukatif, diharapkan konsumen dapat lebih memahami hak-hak mereka, melaporkan pelanggaran dengan lebih aktif, dan menciptakan lingkungan pasar yang lebih adil dan transparan.

### 4. Pendekatan Partisipatif yang Kurang

Sosialisasi hukum di Pasar Seutui menghadapi tantangan terkait kurangnya pendekatan partisipatif, yang mengakibatkan ketidakmampuan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Hadi (2018) menekankan bahwa sosialisasi hukum yang efektif memerlukan pendekatan berkelanjutan dan berbasis komunitas. Sosialisasi yang dilakukan cenderung bersifat top-down, di mana informasi disampaikan tanpa melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat, bertentangan dengan prinsip interaksi yang ditekankan oleh Akbar (2024). Hal ini menyebabkan informasi hukum tidak relevan dengan kebutuhan lokal dan sulit dipahami oleh masyarakat. Angelita dan Arifin (2023)

menunjukkan bahwa partisipasi aktif dalam sosialisasi dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang hak dan kewajiban mereka, misalnya melalui forum diskusi dan pelatihan. Hadi Nurwulandari (2023) menambahkan bahwa metode sosialisasi harus disesuaikan dengan karakteristik masyarakat, termasuk budaya dan tingkat pendidikan, untuk meningkatkan efektivitasnya. Melibatkan tokoh masyarakat dalam sosialisasi juga dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat (Sinurat, 2023). Chriswanto (2024) menyarankan pembangunan komunitas sadar hukum sebagai platform untuk kegiatan sosialisasi yang lebih interaktif dan terarah, seperti "Hari Perlindungan Konsumen." Dengan pendekatan yang lebih inklusif dan berbasis komunitas, diharapkan pemahaman masyarakat tentang perlindungan konsumen dapat meningkat, menciptakan lingkungan pasar yang lebih adil dan transparan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa efektivitas sosialisasi hukum perlindungan konsumen di Pasar Seutui, Banda Aceh, masih sangat terbatas. Pemahaman pelaku usaha dan konsumen tentang Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sangat minim, yang berdampak negatif pada perlindungan konsumen dan kepercayaan terhadap pelaku usaha. Sosialisasi hukum yang saat ini dilakukan bersifat satu arah dan kurang partisipatif, sehingga tidak menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara efektif. Kendala-kendala ini termasuk kurangnya pelatihan untuk pedagang, minimnya pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka, serta metode sosialisasi yang tidak melibatkan interaksi aktif.

Untuk memperbaiki situasi ini, diperlukan pendekatan yang lebih inklusif dan interaktif dalam sosialisasi hukum, seperti pembentukan kelompok sadar hukum dan penggunaan teknologi informasi. Pendekatan yang lebih partisipatif dan disesuaikan dengan kebutuhan lokal akan membantu meningkatkan pemahaman hukum di kalangan masyarakat. Keterlibatan aktif pemerintah daerah, komunitas lokal, dan media juga penting untuk menyebarkan informasi hukum secara efektif. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis untuk merancang program sosialisasi yang lebih efektif dan berkelanjutan, yang diharapkan dapat meningkatkan perlindungan konsumen dan menciptakan lingkungan pasar yang lebih adil di Pasar Seutui.

## **Referensi :**

- Akbar, M. (2024). Pemanfaatan komunitas mataholang sebagai sumber belajar sejarah tingkat sma guna mengembangkan kesadaran sejarah berbasis sejarah publik. *Ideguru Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(2), 1075-1086. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i2.1043>
- Alaysia, A. N. and Ghozali, F. A. (2023). Peran hukum perlindungan konsumen dalam meningkatkan kepercayaan pasar industri elektronik di indonesia. *Ethics and*

- Law Journal: Business and Notary, 1(3), 164-169.  
<https://doi.org/10.61292/eljbn.v1i3.61>
- Arifin, M. (2023). Pemenuhan partisipasi pemilih dan hak kelompok disabilitas dalam pemilihan presiden 2019 di kota jakarta selatan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(04), 281-290. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i04.302>
- Chairi, Z., Melati, P., & Aflah, A. (2017). Pembentukan kelompok sadar hukum dan penyuluhan hukum bagi perempuan terhadap hak-hak sebagai konsumen menurut undang-undang perlindungan konsumen ( lokasi: desa batang kuis pekan dan desa mesjid kecamatan batang kuis kabupaten deli serdang). *Abdimas Talenta Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 158-167. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v2i2.2313>
- Chriswanto, A. (2024). Meningkatkan upaya penanggulangan tuberkulosis melalui penguatan strategi berbasis komunitas: tinjauan sistematis. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(4), 2400-2412. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i4.15137>
- Dewi, N. (2018). Perlindungan hukum terhadap pasar tradisional di era liberalisasi perdagangan. *Law Reform*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20232>
- Fadjarwati, N., Midiyanti, R., Sastrawan, J., & Wulandari, D. (2021). Analisis kinerja aset pasar rakyat kabupaten bandung berdasarkan sni (studi kasus pasar rakyat ciwidey). *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 5(1). <https://doi.org/10.12962/j26151847.v5i1.8734>
- Jatiningsih, I. (2021). Pasar tradisional sebagai daya tarik wisata di kota palu. *Jurnal Pariwisata Parama Panorama Recreation Accomodation Merchandise Accessibility*, 2(1), 1-6. <https://doi.org/10.36417/jpp.v2i1.370>
- Jayanti, H. (2023). Analisis fungsi komisi pemilihan umum kabupaten bengkulu utara dalam sosialisasi pemilihan bupati dan wakil bupati tahun 2020. *Polikrasi*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.61183/polikrasi.v3i1.23>
- Kadir, A., Ahmad, D., Nasution, T., Yuniar, R., Efrilia, E., S, N., ... & Saputra, E. (2021). Sosialisasi hukum terhadap tindak pidana narkoba jenis baru di kelurahan tanah tinggi kota tangerang. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 220-230. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.18302>
- Kurniawan, E., Nurchim, N., & Maulindar, J. (2021). Aplikasi e-pasar menggunakan pendekatan rapid application development (rad) di pasar ir. soekarno sukoharjo. *Dutacom*, 14(2), 66-72. <https://doi.org/10.47701/dutacom.v14i2.2019>
- Maulana, M. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce terkait kerugian. *Journal of Law Administration and Social Science*, 4(2), 265-275. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.569>
- Nurwulandari, F. (2023). Perancangan peta ancaman bencana dan peta kapasitas bencana sebagai pendukung informasi bagi desa wisata di desa lamajang

- kecamatan pangalengan kabupaten bandung. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1456. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i2.11445>
- Ombi, O. (2020). Analisis kemampuan pemerintah daerah dalam penataan minimarket. *JDKP Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik*, 1(2), 85-96. <https://doi.org/10.30656/jdkp.v1i2.2391>
- Pramono, S. B. and Kurniati, G. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli barang online di indonesia. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 166-178. <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>
- Rohmadani, S. and Megawati, S. (2022). Implementasi kebijakan revitalisasi pasar tradisional nambangan di kota surabaya. *Publika*, 297-308. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n1.p297-308>
- Saimima, I. (2018). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online.. <https://doi.org/10.31227/osf.io/r8vxq>
- Simanjuntak, M. (2021). Pengarusutamaan perlindungan konsumen indonesia: tantangan dan implikasi. *Policy Brief Pertanian Kelautan Dan Biosains Tropika*, 3(1), 155-161. <https://doi.org/10.29244/agro-maritim.0301.155-161>
- Sinurat, A. (2023). Sosialisasi tentang penghapusan kekerasan dalam rumah tangga di desa oematnunu kecamatan kupang barat kabupaten kupang. *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06), 2230-2237. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1003>
- Susanti, I. (2021). Perlindungan hukum terhadap pedagang pasar tradisional kiaracandong kota bandung atas bangunan gedung. *Sebatik*, 25(2), 695-703. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1485>
- Tampubolon, W. (2020). Perlindungan konsumen terhadap peredaran makanan kadaluwarsa di labuhanbatu (ditinjau dari undang undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen). *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 8(1), 29-35. <https://doi.org/10.36987/jiad.v8i1.1649>
- Widiyani, H. (2023). Penyuluhan hak-hak masyarakat ketika berhadapan dengan hukum di desa resun pesisir kabupaten lingga. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(3), 182-186. <https://doi.org/10.59025/js.v2i3.100>
- Wigiyanti, W. and Kakiay, A. N. (2022). Daya tarik pasar tradisional terhadap konsumen. *Literatus*, 4(2), 723-729. <https://doi.org/10.37010/lit.v4i2.876>