

IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI INDONESIA: PRESPEKTIF LPKSM TERHADAP PENGADUAN, PENYELESAIAN SENGKETA, DAN EDUKASI KONSUMEN

¹Farrah Fathimah Azzahra, ²Tasya Anggrainy, ³Evi Wulandari, ⁴Siti
Nur Aisyah, ⁵Qurrota Ayunn

Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

farrah142006@gmail.com, tasyaanggrainy04047@gmail.com,

eviwulandari2072@gmail.com, aisyahfadillah333@gmail.com, ochayunn@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan perspektif Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris melalui wawancara dengan LPKSM dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah memadai, implementasinya belum optimal karena rendahnya literasi hukum masyarakat, masih adanya klausula yang merugikan konsumen, serta lemahnya koordinasi antarlembaga. LPKSM berperan dalam menerima pengaduan, memberikan edukasi, advokasi, dan pendampingan kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sinergi antarlembaga, peningkatan literasi hukum, dan pengawasan terhadap pelaku usaha digital untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih efektif dalam transaksi e-commerce.

Kata kunci: perlindungan konsumen; *e-commerce*; LPKSM; implementasi hukum; penyelesaian sengketa.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of consumer legal protection in e-commerce transactions from the perspective of the Consumer Protection Non-Governmental Organization (LPKSM). A qualitative method with an empirical juridical approach was employed. Primary data were collected through semi-structured interviews with LPKSM representatives, while secondary data were obtained from relevant laws, regulations, and academic literature. The findings reveal that although Indonesia has established an adequate legal framework for consumer protection, its implementation remains suboptimal due to low legal literacy, the continued use of unfair contractual clauses, and insufficient coordination among relevant institutions. LPKSM plays a significant role in handling consumer complaints, providing legal education, advocacy, and assistance. Therefore, stronger institutional collaboration, improved public legal literacy, and enhanced supervision of digital business actors are essential to ensure more effective consumer protection in e-commerce transactions.

Keywords: consumer protection; *e-commerce*; LPKSM; legal implementation; dispute resolution.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem digital. Kehadiran berbagai platform *e-commerce*, *marketplace*, media sosial, serta layanan keuangan digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi barang maupun jasa tanpa harus bertemu secara langsung. Kemudahan tersebut menjadikan transaksi digital semakin diminati karena dinilai lebih cepat, praktis, dan efisien. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet yang telah menjangkau lebih dari 221 juta penduduk Indonesia atau hampir 80% dari total populasi, jumlah pengguna *e-commerce* juga terus mengalami peningkatan hingga mencapai sekitar 73–76 juta pengguna. Kondisi tersebut turut mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional yang pada tahun 2024 mencapai sekitar US\$99 miliar, dengan sektor *e-commerce* menjadi kontributor terbesar sebesar US\$71 miliar atau lebih dari 70% dari total nilai ekonomi digital. Selain itu, survei Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat nilai transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia mencapai Rp1.288,93 triliun, yang menunjukkan semakin besarnya peran *e-commerce* dalam aktivitas perekonomian nasional.

Di balik berbagai kemudahan tersebut, transaksi digital juga menimbulkan berbagai permasalahan yang dapat merugikan konsumen. Beberapa permasalahan yang sering terjadi antara lain barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan daring, penyalahgunaan data pribadi, kesulitan dalam proses pengembalian barang maupun dana, serta maraknya kasus pinjaman online yang merugikan masyarakat. Tingginya intensitas permasalahan tersebut tercermin dari data Kementerian Perdagangan yang mencatat bahwa sekitar 99% dari 7.887 pengaduan konsumen berkaitan dengan transaksi daring. Sementara itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menerima 851 pengaduan konsumen dengan nilai potensi kerugian mencapai ratusan miliar rupiah. Pengaduan yang paling banyak dilaporkan meliputi penipuan, kualitas barang yang tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, serta kegagalan sistem transaksi digital. Data tersebut menunjukkan bahwa perlindungan terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* masih menjadi tantangan yang memerlukan perhatian serius.

Selain tingginya jumlah sengketa, rendahnya literasi hukum masyarakat juga menjadi faktor yang memperburuk perlindungan konsumen. Banyak konsumen belum memahami hak-hak yang dimilikinya maupun mekanisme pengaduan yang dapat ditempuh ketika mengalami kerugian dalam transaksi *e-commerce* (Sihombing & Resen, 2024). perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen. Di Indonesia, perlindungan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha. Namun demikian, perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat menghadirkan tantangan baru dalam implementasi perlindungan hukum konsumen sehingga diperlukan penyesuaian terhadap mekanisme pengawasan dan penegakan hukum (Nola, t.t.)

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan perspektif LPKSM Ksatria Jaya Yogyakarta sebagai lembaga yang berperan dalam edukasi, advokasi, pendampingan, dan perlindungan hukum bagi konsumen. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dari perspektif normatif, kajian yang mengulas implementasi perlindungan hukum berdasarkan pengalaman empiris lembaga yang secara langsung menangani pengaduan konsumen masih relatif terbatas. Padahal, perspektif LPKSM penting untuk menggambarkan bagaimana ketentuan hukum diterapkan dalam praktik serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam melindungi hak-hak konsumen di era perdagangan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui perspektif LPKSM Ksatria Jaya Yogyakarta. Analisis difokuskan pada bentuk pengaduan konsumen yang paling sering terjadi, penerapan klausula eksonerasi, pembagian tanggung jawab antara penjual dan platform, mekanisme penyelesaian sengketa, upaya edukasi kepada masyarakat, serta koordinasi antarlembaga dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan ini bertujuan untuk mengkaji implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku serta praktik yang terjadi di lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan narasumber dari LPKSM Ksatria Jaya Yogyakarta. Wawancara semi-terstruktur dilakukan secara langsung dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Metode ini dipilih karena memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk menggali informasi secara lebih mendalam mengenai permasalahan yang diteliti. Selain mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan, peneliti juga dapat mengembangkan atau menambahkan pertanyaan sesuai dengan jawaban narasumber selama tujuan penelitian tetap tercapai. Menurut Rivaldi et.al. (2023) wawancara semi-terstruktur merupakan salah satu bentuk *in-depth interview* yang bertujuan memperoleh informasi secara lebih mendalam dan terbuka, sehingga memungkinkan peneliti mengeksplorasi jawaban informan secara lebih komprehensif. Data penelitian diperoleh melalui proses tanya jawab, pencatatan, dan perekaman suara selama kegiatan wawancara berlangsung. Selanjutnya, data dianalisis secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan mengaitkan hasil wawancara terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan serta literatur yang relevan.

HASIL DAN DISKUSI

Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah memadai, implementasinya belum optimal karena rendahnya literasi hukum masyarakat, masih adanya klausula yang merugikan konsumen, serta lemahnya koordinasi antarlembaga. LPKSM berperan dalam menerima pengaduan, memberikan edukasi, advokasi, dan pendampingan kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sinergi antarlembaga, peningkatan literasi hukum, dan pengawasan terhadap pelaku usaha digital untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang lebih efektif dalam transaksi *e-commerce*.

Implementasi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce

Sebagian besar konsumen belum memahami prosedur pengaduan maupun mekanisme perlindungan hukum yang tersedia sehingga banyak kasus tidak dilanjutkan ke proses penyelesaian sengketa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama dalam perlindungan konsumen tidak hanya terletak pada tindakan pelaku usaha yang melanggar hukum, tetapi juga pada rendahnya literasi hukum masyarakat. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Mulyanto (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya pengetahuan konsumen mengenai hak-haknya menjadi salah satu hambatan utama dalam efektivitas perlindungan konsumen di era digital.

Secara normatif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang maupun jasa yang diperdagangkan. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi ketentuan tersebut belum berjalan secara optimal. Masih banyak ditemukan informasi produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya sehingga mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara pengaturan hukum (*das sollen*) dengan praktik di lapangan (*das sein*).

Menurut peneliti, perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik akan berjalan lebih efektif apabila diikuti dengan peningkatan literasi hukum masyarakat, penguatan pengawasan terhadap pelaku usaha digital, serta kemudahan akses terhadap mekanisme pengaduan.

Klausula Eksonerasi dalam Transaksi E-Commerce

Hasil wawancara menunjukkan bahwa LPKSM menilai klausula yang membebaskan tanggung jawab pelaku usaha tidak memiliki kekuatan hukum. Meskipun klausula tersebut masih sering dicantumkan dalam syarat dan ketentuan penggunaan platform digital, konsumen tetap memiliki hak untuk menuntut ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat kesalahan pelaku usaha. Temuan tersebut sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang mengalihkan tanggung jawab kepada konsumen. Bahkan Pasal 18 ayat (3) menegaskan bahwa klausula tersebut batal demi hukum.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa masih banyak konsumen yang menganggap klausula tersebut mengikat sehingga enggan memperjuangkan haknya. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas larangan klausula eksonerasi tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada tingkat pemahaman hukum masyarakat. Sesuai dengan penelitian Gabriella Pohan et. al. (2023) marketplace berperan sebagai PPMSE yang berkewajiban untuk membentuk aturan dan regulasi terkait penggunaan platformnya. Regulasi tersebut dituangkan dalam kontrak elektronik yang berbentuk perjanjian baku. Kedudukan dari lokapasar tersebut memungkinkan adanya pencantuman klausula eksonerasi yang dapat merugikan konsumen.

Pembagian Tanggung Jawab Penjual dan Platform E-Commerce

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab dalam transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dibebankan kepada satu pihak, melainkan dibagi secara proporsional sesuai dengan peran masing-masing. Penjual bertanggung jawab atas kualitas, kesesuaian, dan keamanan barang yang diperdagangkan, sedangkan platform *e-commerce* bertanggung jawab menyediakan sistem transaksi yang aman, andal, serta melakukan pengawasan terhadap penjual yang beroperasi di dalam platform. Oleh karena itu, penentuan pihak yang bertanggung jawab atas kerugian konsumen harus didasarkan pada penyebab terjadinya kerugian tersebut. Temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan hukum dalam transaksi elektronik tidak hanya melibatkan penjual dan konsumen, tetapi juga platform sebagai penyelenggara sistem elektronik. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen bergantung pada terpenuhinya kewajiban masing-masing pihak sesuai fungsi dan kewenangannya. Pembagian tanggung jawab yang proporsional ini sejalan dengan pendapat Halim (2023) yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital tidak hanya ditentukan oleh tanggung jawab penjual, tetapi juga oleh efektivitas sistem dan mekanisme pengawasan yang diterapkan oleh platform.

Secara normatif, pembagian tanggung jawab tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Ketentuan ini menegaskan bahwa penjual sebagai pelaku usaha memiliki tanggung jawab utama apabila barang yang

diterima tidak sesuai dengan deskripsi, mengalami cacat, atau menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsep tersebut sejalan dengan teori *liability based on fault*, yaitu tanggung jawab hukum yang dibebankan kepada pihak yang melakukan kesalahan atau kelalaian sehingga menimbulkan kerugian (Halim, 2023).

Di sisi lain, platform *e-commerce* pada dasarnya bukan merupakan pihak dalam perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli. Meskipun demikian, sebagai penyelenggara sistem elektronik, platform tetap memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem transaksi yang aman, menjaga keandalan layanan, menyediakan mekanisme pembayaran dan pengaduan yang efektif, serta melakukan pengawasan terhadap penjual yang menggunakan

layanannya. Oleh karena itu, tanggung jawab platform lebih berorientasi pada aspek keamanan, keandalan sistem, dan tata kelola penyelenggaraan transaksi elektronik.

Berdasarkan hasil penelitian, apabila kerugian konsumen disebabkan oleh barang yang tidak sesuai, cacat, atau tidak dikirimkan sebagaimana diperjanjikan, maka tanggung jawab berada pada penjual sebagai pelaku usaha. Sebaliknya, apabila kerugian timbul akibat kegagalan sistem elektronik, gangguan layanan pembayaran, atau kelalaian platform dalam menjalankan kewajibannya sebagai penyelenggara sistem elektronik, maka platform juga dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun demikian, apabila kerugian terjadi akibat kesalahan atau kelalaian konsumen sendiri, maka tanggung jawab tidak dapat dibebankan kepada penjual maupun platform.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa pembagian tanggung jawab antara penjual dan platform *e-commerce* merupakan bentuk perlindungan hukum yang bertujuan menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi elektronik. Kejelasan pembagian tanggung jawab tersebut memberikan kepastian hukum bagi konsumen, sekaligus mendorong terciptanya ekosistem perdagangan elektronik yang lebih aman, transparan, dan berkeadilan.

Peran LPKSM dalam Penyelesaian Sengketa Dan Edukasi Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki peran yang strategis dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, baik melalui penyelesaian sengketa maupun edukasi hukum kepada masyarakat. Dalam penyelesaian sengketa, LPKSM mengutamakan mediasi

sebagai mekanisme nonlitigasi yang memberikan kesempatan kepada para pihak untuk mencapai kesepakatan secara damai tanpa melalui proses peradilan. Apabila mediasi tidak menghasilkan kesepakatan, konsumen masih dapat menempuh upaya hukum lainnya, seperti mengajukan sengketa kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), mengajukan gugatan melalui pengadilan, atau melaporkan dugaan tindak pidana kepada kepolisian apabila ditemukan unsur pidana. Temuan ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan konsumen di Indonesia telah menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa secara bertahap melalui jalur nonlitigasi maupun litigasi.

Selain memfasilitasi penyelesaian sengketa, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa LPKSM menjalankan fungsi pendampingan dan advokasi kepada konsumen. Pendampingan tersebut meliputi pemberian informasi mengenai hak dan kewajiban konsumen, penjelasan mengenai berbagai alternatif penyelesaian sengketa, serta bantuan dalam menentukan langkah hukum yang paling tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian, LPKSM tidak hanya berfungsi sebagai lembaga penerima pengaduan, tetapi juga sebagai fasilitator yang menghubungkan konsumen dengan mekanisme perlindungan hukum yang telah disediakan oleh negara.

Di samping fungsi represif melalui penyelesaian sengketa, LPKSM juga menjalankan fungsi preventif melalui kegiatan edukasi hukum kepada masyarakat. Edukasi tersebut dilaksanakan melalui penyuluhan hukum, seminar, webinar, sosialisasi kepada masyarakat, serta program edukasi di sekolah dan perguruan tinggi. Selain itu, LPKSM menjalin kerja sama dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Dinas Perdagangan untuk memperluas jangkauan edukasi. Kegiatan tersebut bertujuan meningkatkan literasi hukum konsumen agar masyarakat memahami hak dan kewajibannya, mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa, serta mampu menerapkan prinsip kehati-hatian dalam melakukan transaksi, khususnya melalui media elektronik. Temuan penelitian tersebut sejalan dengan UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, LPKSM memiliki kewenangan untuk bertindak sebagai penerima kuasa. Berdasarkan Pasal 46 UUPK, ayat 1 huruf c dan ayat (2), perwakilan konsumen individu atau kelompok memiliki hak untuk mengajukan gugatan legal standing di pengadilan (Ardiyanto et. al, 2026)

Dalam perspektif teori, Pengertian advokasi menurut Nola (2022.) adalah upaya untuk merubah kebijakan, kedudukan atau program dari berbagai macam Advokasi Hukum.1914 Ibid., hal.7-8.5 Gunarto, Beberapa Catatan Pelaksanaan Tugas Lembaga

Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Disampaikan dalam Diskusi Internal Tim Hukum P3DI Setjen DPR RI, 2012.institusi, seperti lembaga swadaya masyarakat, kementerian dan parlemen. Adapun bentuk perubahan tersebut dapat berupa upaya mengajukan, mempertahankan atau merekomendasikan suatu gagasan di hadapan orang lain berbicara menarik perhatian masyarakat bekerjasama dengan orang lain dan organisasi lain dalam rangka membangun dukungan mencari solusi terhadap suatu permasalahan melakukan aktifitas jangka pendek yang spesifik untuk mencapai pandangan tentang perubahan jangka panjang menyusun strategi untuk mempengaruhi pengambilan keputusan; penggunaan strategi lobi, pemasaran kepada masyarakat, memberi informasi, pendidikan dan komunikasi, membentuk organisasi masyarakat dan mengikutsertakan masyarakat di dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Di sisi lain, penelitian Suherman et.al (2023)menunjukkan bahwa LPKSM memiliki peran yang lebih dominan dalam memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat dibandingkan BPSK, meskipun efektivitas perlindungan konsumen tetap memerlukan dukungan pemerintah dan sinergi antarlembaga.

Berdasarkan hasil penelitian, efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya ditentukan oleh tersedianya mekanisme penyelesaian sengketa, tetapi juga oleh keberhasilan upaya pencegahan melalui peningkatan literasi hukum masyarakat. Oleh karena itu, fungsi mediasi, advokasi, pendampingan, dan edukasi yang dijalankan oleh LPKSM merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa LPKSM memiliki peran yang sangat strategis dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia. Melalui penyelesaian sengketa, pendampingan hukum, advokasi, dan edukasi kepada masyarakat, LPKSM berkontribusi dalam meningkatkan akses konsumen terhadap keadilan sekaligus membangun kesadaran hukum masyarakat. Oleh karena itu, penguatan peran LPKSM melalui dukungan pemerintah, peningkatan kerja sama antarlembaga, serta perluasan program edukasi menjadi faktor penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif di era perdagangan digital.

Sinergi LPKSM, BPKN, dan Komdigi dalam Perlindungan Konsumen Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinasi antara Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dan Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) dilaksanakan secara horizontal sesuai dengan tugas dan kewenangan masing-masing lembaga. Dalam praktiknya, LPKSM berperan memberikan pendampingan kepada konsumen serta mengarahkan pengaduan kepada lembaga yang berwenang berdasarkan karakteristik permasalahan yang dihadapi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen, khususnya dalam transaksi digital, memerlukan kerja sama antarlembaga agar penanganan pengaduan dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran.

Temuan tersebut sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang menempatkan berbagai lembaga dalam sistem pengawasan perdagangan elektronik sesuai dengan kewenangannya masing-masing. Dalam sistem tersebut, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), Komdigi, BPKN, BPSK, dan LPKSM memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam mewujudkan perlindungan konsumen. LPKSM tidak hanya berperan memberikan pendampingan kepada konsumen, tetapi juga melakukan pengawasan melalui kegiatan sosialisasi, riset, serta penyampaian rekomendasi terkait perlindungan konsumen.

BPKN memiliki peran strategis sebagai lembaga yang menerima pengaduan dari masyarakat, LPKSM, maupun pelaku usaha serta memberikan saran dan rekomendasi terkait penyelesaian sengketa konsumen. Kewenangan tersebut diatur dalam Pasal 34 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Melalui fungsi tersebut, BPKN berkontribusi dalam memberikan masukan kepada pemerintah untuk meningkatkan efektivitas kebijakan perlindungan konsumen.

Di sisi lain, Komdigi memiliki peran penting dalam mengawasi penyelenggaraan sistem elektronik, termasuk transaksi digital dan perlindungan data pribadi konsumen. Peran tersebut semakin relevan sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi yang mewajibkan penyelenggara sistem elektronik menjaga keamanan dan kerahasiaan data pengguna. Dalam konteks perdagangan

elektronik, pengawasan yang dilakukan Komdigi bertujuan memastikan platform digital menjalankan kewajibannya sesuai dengan prinsip keamanan, transparansi, dan perlindungan hak-hak konsumen.

Dalam era ekonomi digital, keterlibatan berbagai pihak dalam satu transaksi menyebabkan permasalahan konsumen tidak dapat ditangani oleh satu lembaga secara mandiri. Penelitian Tabansa et al. (2025), Masturi et al. (2025), dan Sari dan Baidhowi (2025) menjelaskan bahwa perlindungan konsumen digital memerlukan pendekatan kolaboratif (*multi-stakeholder governance*) yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, platform digital, serta lembaga perlindungan konsumen. Melalui koordinasi lintas sektor, mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa dapat berjalan lebih efektif, responsif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa pembagian kewenangan antara LPKSM, BPKN, dan Komdigi telah membentuk sistem perlindungan konsumen yang saling melengkapi. LPKSM berfokus pada pendampingan, advokasi, dan edukasi konsumen; BPKN berperan dalam penerimaan pengaduan dan pemberian rekomendasi kebijakan; sedangkan Komdigi mengawasi penyelenggaraan sistem elektronik dan perlindungan data pribadi. Meskipun demikian, efektivitas perlindungan konsumen digital tetap memerlukan penguatan koordinasi, integrasi sistem pengaduan, serta peningkatan kerja sama antarlembaga agar mampu memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang lebih optimal bagi konsumen di era perdagangan elektron.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia telah memiliki landasan hukum yang memadai melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta berbagai regulasi pendukung di bidang perdagangan melalui sistem elektronik. Meskipun demikian, implementasinya belum berjalan secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan yang paling banyak dialami konsumen meliputi ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, kesulitan pengembalian barang (*refund* atau *return*), penipuan dalam transaksi daring, serta rendahnya pemahaman masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu, keberadaan klausula eksonerasi yang masih ditemukan dalam praktik transaksi *e-*

commerce menunjukkan bahwa perlindungan hukum memerlukan pengawasan dan penegakan hukum yang lebih efektif.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tanggung jawab dalam transaksi *e-commerce* bersifat proporsional sesuai dengan peran masing-masing pihak. Penjual bertanggung jawab atas kualitas dan kesesuaian barang atau jasa yang diperdagangkan, sedangkan platform *e-commerce* bertanggung jawab menyediakan sistem elektronik yang aman, andal, serta mendukung mekanisme pengaduan konsumen. Dalam penyelesaian sengketa, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki peran strategis melalui mediasi, pendampingan, advokasi, dan edukasi hukum kepada masyarakat. Di samping itu, koordinasi antara LPKSM, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Komdigi, dan instansi terkait menjadi faktor penting dalam mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang efektif di era perdagangan digital.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas perlindungan hukum konsumen tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada penegakan hukum, peningkatan literasi hukum masyarakat, penguatan peran LPKSM, serta sinergi antarlembaga dalam menangani pengaduan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang berkelanjutan untuk memperkuat koordinasi, pengawasan, dan edukasi kepada masyarakat agar perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat terlaksana secara lebih optimal, adaptif, dan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, A., Ayudyanti, I., Gresik, U., Hakim, J. A. R., & Telp, Bg.-J. (2026). KEWENANGAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT SEBAGAI PENERIMA KUASA DALAM MENGADVOKASI KONSUMEN PERORANGAN. Vol ., (1).
- Gabriella Pohan, T., Soerjati Priowirjanto, E., & Safiranita Ramli, T. (2023). Analisis Penggunaan Perjanjian Baku Elektronik Berklausula Eksonerasi pada Marketplace Ditinjau Berdasarkan Hukum Positif Indonesia. *COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(07), 2913–2923. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i07.1075>
- Halim, N. F., & Gaol, S. L. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik (E-Commerce) di Indonesia. *Journal Evidence Of Law*, 4(3).

Mulyanto. (2024). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN

Nola, L. F. (t.t.). ADVOKASI HUKUM OLEH LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM).

Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (t.t.). METODE PENGUMPULAN DATA MELALUI WAWANCARA.

Sihombing, R. E., & Resen, M. G. S. K. (2024). Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di

Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan).

Aliansi:

Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora, 1(6), 58–70.

Suherman, N. A., Simanjuntak, M., Sari, A. M., & Johan, I. R. (2023). THE STUDY OF CONSUMER DISPUTE RESOLUTION AGENCY (BPSK) AND NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION FOR CONSUMER PROTECTION (LPKSM) BY MIXED METHODS. Journal of Child, Family, and Consumer Studies, 2(3), 257–269. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.2.3.257-269>