

Rekonstruksi Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Penguatan Kelembagaan Perlindungan Konsumen sebagai Perwujudan Bela Negara

Reconstruction of Consumer Dispute Resolution through Strengthening Consumer Protection Institutions as a Manifestation of State Defense

Rio Priambodo¹, Siti Rifqa Raihani², Slamet Tri Wahyudi³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: arifa.faza7717@gmail.com, riorevenge@gmail.com, slamettriwahyudi@upnvj.ac.id

Abstract: Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection constitutes an important legal foundation for safeguarding consumer rights in Indonesia. However, in practice, the implementation of consumer protection still faces various challenges, particularly related to institutional weaknesses in handling consumer dispute resolution. This study aims to identify the weaknesses of consumer protection institutions, namely the National Consumer Protection Agency (BPKN), the Consumer Dispute Resolution Body (BPSK), and Non-Governmental Consumer Protection Organizations (LPKSM), in effectively exercising their functions and authorities. Several issues identified include limited resources, weak institutional authority, low public awareness of consumer rights, and insufficient coordination among relevant institutions. Furthermore, this research proposes strategies for strengthening consumer protection institutions in the future through structural reform, enhancement of human resource capacity, and optimization of digital-based dispute resolution systems that are faster, more affordable, and fair. Such strengthening not only improves the effectiveness of dispute resolution but also represents a tangible form of state defense in the context of protecting citizens' rights as consumers in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). Thus, the state actively plays a role in ensuring justice and legal certainty in national economic activities.

Abstrak: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan landasan hukum penting dalam menjamin hak-hak konsumen di Indonesia. Namun, dalam praktiknya, implementasi perlindungan konsumen masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait kelemahan kelembagaan yang menangani penyelesaian sengketa konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan lembaga perlindungan konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam menerapkan fungsi dan wewenangnya secara efektif. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain keterbatasan sumber daya, lemahnya kewenangan lembaga konsumen, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap hak-haknya sebagai konsumen, serta kurangnya koordinasi antar lembaga terkait. Lebih lanjut, penelitian ini menawarkan strategi penguatan kelembagaan perlindungan konsumen ke depan melalui pendekatan reformasi struktural, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta optimalisasi sistem penyelesaian sengketa berbasis digital yang lebih cepat, murah, dan adil. Penguatan ini tidak hanya berdampak pada efektivitas penyelesaian sengketa, tetapi juga merupakan wujud nyata dari bela negara dalam konteks perlindungan hak-hak warga negara sebagai konsumen dalam mencapai tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). Dengan demikian, negara hadir secara aktif dalam menjamin keadilan dan kepastian hukum dalam aktivitas ekonomi nasional.

Article History

Received: December 06, 2025

Revised: December 09, 2025

Published: December 11, 2025

Keywords :

consumer protection, institutional framework, consumer disputes, BPSK, state defense, Sustainable Development Goals (SDGs).

Kata kunci:

perlindungan konsumen, kelembagaan, sengketa konsumen, BPSK, bela negara, Sustainable Development Goals (SDGs).



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17919120>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan hukum nasional, mengingat konsumen adalah pihak yang relatif lemah dalam kedudukan hukum dibandingkan

pelaku usaha¹. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) lahir dengan semangat menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Namun, dalam perjalanannya, UUPK menghadapi tantangan baru yang tidak sepenuhnya diantisipasi oleh norma-norma di dalamnya, khususnya terkait perkembangan teknologi informasi, ekonomi digital, dan transaksi lintas batas.²

Misalnya, praktik perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang semakin masif menimbulkan potensi kerugian konsumen dalam bentuk *scam*, pelanggaran privasi data pribadi, maupun kesulitan dalam mekanisme penyelesaian sengketa lintas yurisdiksi.

Selain itu, data permasalahan pengaduan konsumen di YLKI pada Tahun 2024 mencapai 991 pengaduan. 5 Besar pengaduan konsumen terdiri dari pengaduan Jasa Keuangan sebesar 334 pengaduan, Belanja Online sebesar 144 pengaduan, Telekomunikasi sebesar 125 pengaduan Konsumen, Paket 66 sebesar pengaduan, Perumahan sebesar 49 pengaduan.³

Data YLKI diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pengaduan konsumen bertransformasi ke ranah digital. Oleh karena itu, perlu adanya penguatan hak konsumen dan kepastian hukum agar menjamin perlindungan konsumen di Indonesia. selain itu, ada beberapa persoalan mengapa Amandemen UU Perlindungan Konsumen Perlu Memperkuat Hak-Hak Konsumen.

Selain itu, salah satu persoalan mendasar dalam implementasi UUPK adalah keterbatasan kelembagaan perlindungan konsumen Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang diamanatkan UUPK belum memiliki kekuatan, sumber daya, serta kewenangan memadai untuk memberikan perlindungan optimal. Banyak kasus pengaduan konsumen—baik terkait produk berbahaya, penipuan online, hingga sengketa transaksi digital—tidak dapat diselesaikan secara efektif karena keterbatasan kapasitas dan koordinasi antar lembaga

Penguatan lembaga konsumen merupakan langkah strategis dalam mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya pada aspek pembangunan ekonomi yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. Lembaga konsumen yang kuat berperan penting dalam memastikan adanya keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan hak-hak konsumen, mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab, serta memperkuat tata kelola pasar yang transparan dan beretika.

Rumusan Masalah

- a. Apa saja kelemahan dan hambatan lembaga perlindungan konsumen selama ini dalam praktik implementasi UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
- b. Bagaimana penguatan fungsi lembaga perlindungan konsumen kedepan dalam mewujudkan penyelesaian sengketa yang efektif sebagai bagian dari bentuk bela negara?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif-empiris (atau disebut juga *applied law research*). Metode ini dipilih karena permasalahan yang dikaji tidak hanya terbatas pada aspek normatif berupa analisis peraturan perundang-undangan, tetapi juga memerlukan pemahaman mengenai efektivitas penerapan hukum di lapangan, khususnya terkait kelembagaan perlindungan konsumen di Indonesia.⁴

¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm. 15.

² Rachmadi Usman, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2013), hlm. 112.

³ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen 2024*.

⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

Pendekatan Normatif

Didalam penelitian hukum ini menggunakan pendekatan Perundang-undangan (Statute Approach): menelaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, peraturan turunannya, serta peraturan lain yang terkait dengan kelembagaan konsumen (misalnya UU Perdagangan, UU ITE, dan UU Perlindungan Data Pribadi).

Pendekatan Perbandingan (Comparative Approach): membandingkan praktik kelembagaan perlindungan konsumen di negara lain dan standar internasional seperti *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)*.

Pendekatan Empiris

Penelitian empiris dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai efektivitas kelembagaan perlindungan konsumen, khususnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), serta peran YLKI.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁵ Perlindungan ini mencakup aspek hukum, ekonomi, dan sosial, yang bertujuan untuk menyeimbangkan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan transaksi barang dan/atau jasa. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶

Perlindungan konsumen memiliki tujuan utama, antara lain:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui penghindaran dari ekspos negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut haknya;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi.⁷

Perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada prinsip keseimbangan, keadilan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Prinsip ini juga sejalan dengan *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)* yang menekankan perlunya negara memberikan perlindungan efektif terhadap konsumen, termasuk hak atas informasi, hak atas keamanan, serta hak atas ganti rugi.⁸

Tinjauan Umum Tentang Kelembagaan Perlindungan Konsumen

Kelembagaan perlindungan konsumen merupakan perangkat organisasi, baik yang dibentuk oleh negara maupun masyarakat, yang memiliki fungsi untuk memberikan advokasi, edukasi, penyelesaian sengketa, dan pengawasan terhadap pelaksanaan hak-hak konsumen.⁹ Menurut teori kelembagaan, keberadaan lembaga sangat penting untuk menciptakan *checks and balances* antara konsumen dan pelaku usaha, serta memastikan bahwa perlindungan hukum tidak berhenti hanya pada teks normatif, melainkan dapat diimplementasikan secara efektif di masyarakat.¹⁰

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 12

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 1

⁷ Ibid., Pasal 3.

⁸ United Nations, *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)*, 2016.

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 45.

¹⁰ Douglass C. North, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, 1990, hlm. 3.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan amanat Pasal 31 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). BPKN berkedudukan di ibu kota negara dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden.¹¹ Tugas pokok BPKN meliputi:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah terkait kebijakan perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan survei mengenai perlindungan konsumen;
3. Menyebarkan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen kepada masyarakat;
4. Menerima pengaduan masyarakat terkait pelanggaran hak-hak konsumen.¹²

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

BPSK dibentuk berdasarkan amanat Pasal 49 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaga ini berfungsi menangani dan menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. Secara normatif, tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 52 UUPK, antara lain:

1. Menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
4. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan UUPK;
5. Menerima pengaduan konsumen mengenai terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
6. Memanggil pelaku usaha yang diduga melakukan pelanggaran;
7. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran;
8. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, atau pihak terkait yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
9. Memeriksa dan memutuskan ada atau tidaknya kerugian konsumen;
10. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK.¹³

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan organisasi non-pemerintah yang dibentuk oleh masyarakat secara sukarela untuk melaksanakan kegiatan perlindungan konsumen.¹⁴ Secara umum, LPKSM memiliki fungsi:

1. Melakukan penyebaran informasi mengenai hak dan kewajiban konsumen;
2. Memberikan nasihat atau advokasi kepada konsumen yang mengalami masalah hukum;
3. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi;
4. Mengawasi peredaran barang dan/atau jasa di pasaran agar sesuai dengan standar keamanan dan mutu;
5. Mendorong lahirnya kebijakan publik yang pro-konsumen.¹⁵

Tinjauan Umum Tentang Penyelesaian Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen adalah upaya untuk menyelesaikan konflik atau perselisihan yang timbul antara konsumen dan pelaku usaha terkait hak dan kewajiban masing-masing dalam

¹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 31.

¹² Ibid., Pasal 33.

¹³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52.

¹⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 90.

¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 44.

transaksi barang atau jasa.¹⁶ Tujuannya adalah memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha serta menciptakan hubungan yang adil dan seimbang. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

Jalur Non-Litigasi

Jalur non-litigasi meliputi mediasi, arbitrase, dan konsiliasi yang biasanya dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Jalur ini memiliki keunggulan: cepat, sederhana, biaya relatif murah, dan lebih bersifat restoratif bagi kedua pihak¹⁷

1. **Mediasi:** proses negosiasi yang dibantu mediator untuk mencapai kesepakatan bersama
2. **Arbitrase:** penyelesaian sengketa oleh arbiter yang keputusannya bersifat final dan mengikat.
3. **Konsiliasi:** upaya penyesuaian pendapat melalui pihak ketiga untuk mencapai kesepakatan.

Jalur Litigasi

Jalur litigasi dilakukan melalui pengadilan umum atau pengadilan negeri yang memiliki kewenangan menangani sengketa konsumen. Meski lebih formal dan memerlukan biaya lebih tinggi, jalur ini penting untuk kasus yang kompleks atau ketika jalur non-litigasi gagal menyelesaikan sengketa.¹⁸

Dengan demikian, jalur litigasi menjadi pilihan terakhir bagi konsumen yang ingin menuntut haknya secara resmi ketika mediasi, konsiliasi, atau arbitrase tidak membuahkan hasil. Jalur ini juga menjadi instrumen penting dalam menciptakan kepastian hukum dan perlindungan hak konsumen secara menyeluruh

Tinjauan Umum Tentang Bela Negara

Bela negara merupakan kesadaran, sikap, dan perilaku warga negara yang berlandaskan cinta tanah air, kesadaran hukum, dan kesadaran berbangsa, untuk melindungi dan mempertahankan kedaulatan negara, keutuhan wilayah, serta keselamatan bangsa dari segala ancaman, baik dari dalam maupun luar negeri.¹⁹

Dasar hukum bela negara terdapat dalam UUD 1945 Pasal 27 ayat (3): "Setiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya pembelaan negara." Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara, Pasal 9 ayat (1): "Setiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya bela negara."

Tujuan bela negara antara lain:

1. Menjaga kedaulatan dan keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI);
2. Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab warga negara dalam mempertahankan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945;
3. Membentuk warga negara yang berkarakter, disiplin, dan memiliki jiwa nasionalisme;
4. Menyiapkan kemampuan bangsa dalam menghadapi ancaman nyata maupun potensial, termasuk ancaman non-militer seperti radikalisme, terorisme, atau bencana nasional.¹⁹

Bela Negara dalam Konteks Perlindungan konsumen merupakan bagian dari bela negara karena membela rakyat dari praktik dagang yang merugikan. Menegakkan keadilan dalam hubungan sosial-ekonomi. Menjaga kedaulatan ekonomi nasional dari eksploitasi. Memperkuat kepercayaan publik terhadap negara sebagai pelindung hak-hak dasar warga negara.

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 102.

¹⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52

¹⁸ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2018, hlm. 150.

¹⁹ Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara, Pasal 1 ayat 2.

Bela negara menjadi fondasi dalam mempertahankan persatuan dan kesatuan bangsa, mencegah disintegrasi, dan menghadapi berbagai ancaman modern yang bersifat multidimensional, termasuk ancaman siber, propaganda, dan perang informasi.²⁰ Melalui bela negara, warga negara tidak hanya berperan pasif, tetapi juga aktif dalam menjaga kelangsungan hidup dan kedaulatan bangsa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran strategis dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia, terutama sebagai lembaga advokasi kebijakan, pemberi rekomendasi, dan pengawas pelaksanaan perlindungan konsumen. BPKN menerima 1.733 pengaduan dari berbagai sektor pada tahun 2024, dengan total potensi kerugian konsumen mencapai Rp424,26 miliar. Dari jumlah tersebut, BPKN berhasil memulihkan kerugian konsumen sebesar Rp44,82 miliar.²¹ Namun dalam seiring berjalannya waktu BPKN masih memiliki kendala antara lain :

1. Kewenangan yang Bersifat Rekomendatif

Salah satu hambatan utama adalah kewenangan BPKN yang bersifat rekomendatif, sehingga putusan atau saran BPKN tidak bersifat mengikat. BPKN hanya dapat memberikan pertimbangan kepada pemerintah atau lembaga terkait seperti BPSK, tetapi tidak dapat mengeksekusi atau memaksa pelaku usaha untuk memenuhi hak konsumen. Kondisi ini membuat posisi konsumen tetap bergantung pada lembaga lain untuk penegakan haknya.

2. Keterbatasan Sumber Daya dan Anggaran

BPKN menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran operasional. Keterbatasan ini berdampak pada kemampuan BPKN untuk melakukan penelitian, pengawasan, edukasi konsumen, dan pemantauan implementasi rekomendasi secara menyeluruh di seluruh wilayah Indonesia. Anggaran BPKN yang masih melekat pada Kementerian Perdagangan juga bisa mengurangi integritas BPKN dalam melakukan pengawasan terhadap pemerintahan.

Pada tahun 2025, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mengalami pemangkasan anggaran yang signifikan. Awalnya, BPKN mendapatkan pagu anggaran sebesar Rp8,96 miliar. Namun, setelah diberlakukannya Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 2025 dan Surat Menteri Keuangan Nomor S-37/MK.02/2025 yang mengharuskan efisiensi belanja kementerian dan lembaga, anggaran BPKN dipangkas sekitar 73%, menyisakan hanya Rp2,38 miliar²²

3. Tantangan dalam Menyesuaikan Regulasi dengan Perkembangan Ekonomi Digital dan Penyelesaian Sengketa Lintas Batas

Perkembangan e-commerce, fintech, dan layanan digital memunculkan ancaman baru terhadap hak konsumen, seperti penipuan daring, pelanggaran data pribadi, atau perdagangan barang ilegal. BPKN seringkali tertinggal dalam menyesuaikan kebijakan dan rekomendasi perlindungan konsumen dengan dinamika ekonomi digital ini.

Sengketa konsumen lintas batas perselisihan yang timbul antara konsumen dan pelaku usaha ketika transaksi barang atau jasa melibatkan dua negara atau lebih. Hal ini umumnya terjadi dalam perdagangan elektronik internasional, pembelian barang/jasa dari luar negeri, atau layanan digital yang disediakan oleh perusahaan asing.²³ Penyelesaian sengketa konsumen lintas batas menjadi tantangan bagi BPKN dan lembaga perlindungan konsumen. Utamanya mengenai komunikasi antar kelembagaan dalam penyelesaian sengketa maupun yurisdiksi kewenangan.

²⁰ Komisi Nasional Pertahanan Negara, *Laporan Strategi Bela Negara*, Jakarta: Kemenhan RI, 2020.

²¹ BPKN, *Catatan Akhir Tahun 2024: Evaluasi dan Kinerja BPKN dalam Pengembangan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: BPKN, 2025

²² Antara News, "Anggaran BPKN dipangkas sekitar 73 persen akibat efisiensi belanja," 13 Februari 2025

²³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 128.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Dalam menjalankan implementasi UU Perlindungan Konsumen, BPSK sebagai kelembagaan konsumen yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen memiliki beberapa kelemahan yaitu :

1. Keterbatasan Kewenangan Eksekutorial

BPSK memiliki kewenangan untuk memutus sengketa, tetapi putusannya tidak selalu bersifat mengikat secara langsung dan memerlukan pengadilan untuk mengeksekusi jika pelaku usaha tidak mematuhi keputusan.²⁴ Hal ini membatasi efektivitas BPSK dalam memberikan penyelesaian cepat dan pasti bagi konsumen.

2. Terbatasnya Sumber Daya Manusia dan Anggaran

Keterbatasan SDM profesional dan anggaran operasional menjadi hambatan signifikan. Banyak BPSK di beberapa daerah yang kekurangan majelis yang kompeten dalam hukum perlindungan konsumen dan manajemen sengketa, maupun sertifikasi mediator. Hal ini menjadi hambatan dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen.

Skema anggaran hibah dari pemerintah provinsi juga masih menjadi kendala, dalam perjalanannya hibah dari pemerintah daerah sering terlambat akibatnya operasional BPSK terganggu. Nominal hibahnya pun relatif kecil tergantung kemampuan pemerintah daerah dalam memberikan hibah terhadap BPSK.

3. Terbatas pada penyelesaian sengketa konsumen Individu

Dalam implementasi penyelesaian sengketa konsumen, BPSK memiliki keterbatasan antara lain penyelesaian sengketa konsumen hanya menangani konsumen individual. Sedangkan sengketa konsumen terbagi menjadi 2 yaitu, individual dan kelompok. BPSK tidak bisa mengakomodir penyelesaian sengketa kelompok dan mengharuskan konsumen kelompok mendaftar per individu jika ingin diselesaikan di BPSK.

Hal ini menjadi disparitas antara UU Perlindungan Konsumen yang mengenal gugatan class action namun di BPSK masih menganut penyelesaian sengketa berbasis individu bukan kelompok. Hal ini menutup ruang konsumen kelompok dapat mengakses penyelesaian sengketa konsumen di BPSK.

4. Rendahnya tingkat kepatuhan pelaku usaha dalam menyelesaikan sengketa konsumen di BPSK

Keberadaan BPSK yang jarang banyak diketahui orang hal ini menimbulkan banyak konsumen yang tidak bisa mengakses BPSK. Selain itu, patut yang menjadi perhatian adalah tingkat kepatuhan pelaku usaha dalam mengikuti penyelesaian sengketa di BPSK juga masih rendah. Banyak pelaku usaha menolak diselesaikan melalui BPSK dan memilih jalur pengadilan.

Dalam sengketa jasa keuangan, industri jasa keuangan juga enggan memilih BPSK menjadi tempat penyelesaian sengketa keuangan. Dikarenakan mereka lebih memilih penyelesaian sengketa *lex specialis* melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS SJK)

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

LPKSM merupakan sebuah lembaga swadaya masyarakat dan kontribusi nya dalam perlindungan konsumen sangat dibutuhkan khususnya mengenai menerima pengaduan konsumen. Diketahui, pada tahun 2022 jumlah LPKSM di Indonesia yang secara resmi terdaftar dan diakui oleh Pemerintah sebanyak 695. Kemudian pada 2025 mengalami peningkatan mencapai 313 LPKSM yang aktif, namun hanya 3 yang terdaftar sebagai anggota organisasi Consumer International.²⁵

²⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 95–96.

²⁵ Yogyapos. "LBH Nusa Menempati Kantor Baru di Jalan Kabupaten Nomor 99 Sleman." Diakses dari <https://yogyapos.com/berita-lbh-nusa-menempati-kantor-baru-di-jalan-kabupaten-nomor-99-sleman-16931>

Seperti halnya YLKI sebagai LPKSM mencatat 1.675 pengaduan konsumen sepanjang tahun 2024. Pengaduan ini terdiri dari 991 pengaduan individu, 507 pengaduan kelompok konser, 177 pengaduan kelompok perumahan²⁶. Sama halnya dengan beberapa lembaga perlindungan konsumen lain, LPKSM memiliki hambatan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen yaitu.

1. Keterbatasan Pendanaan

Sebagian besar LPKSM bergantung pada hibah, donasi, atau iuran anggota, sehingga keterbatasan pendanaan membatasi kegiatan advokasi, penelitian, dan penyebaran informasi kepada masyarakat.²⁷ Kondisi ini juga berdampak pada kemampuan lembaga untuk membiayai program penyuluhan atau pendampingan hukum bagi konsumen.

2. Kapasitas Sumber Daya Manusia

Banyak LPKSM menghadapi keterbatasan SDM profesional, terutama tenaga hukum, mediator, atau staf yang memiliki kemampuan manajemen sengketa konsumen. Kekurangan SDM ini menghambat kemampuan lembaga untuk menangani kasus yang kompleks dan memperluas jangkauan layanan.²⁸

3. Kurangnya Koordinasi dengan Lembaga Pemerintah

LPKSM terkadang mengalami tumpang tindih peran dengan BPSK dan BPKN. Kurangnya koordinasi dapat menyebabkan kebingungan bagi konsumen mengenai jalur pengaduan yang tepat, sekaligus mengurangi efektivitas advokasi.

Tantangan LPKSM di daerah juga soal sulitnya berkoordinasi dengan pemerintah pusat maupun daerah. kurangnya koordinasi ini menjadi salah satu faktor penghambat penyelesaian sengketa konsumen. sebab LPKSM sifat nya membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa konsumen dan penyelesaian sengketa di LPKSM sifatnya masih sukarela. Tentunya sifatnya yang sukarela sering dipandang sebelah mata oleh pelaku usaha dan LPKSM perlu intens berkoordinasi oleh pemerintah untuk membantu memfasilitasi penyelesaian sengketa konsumen.

4. Keterbatasan Kewenangan

LPKSM sebagai salah satu lembaga perlindungan konsumen dalam berjalannya waktu cukup kesulitan dalam membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketanya. Pelaku usaha sering kali mengesampingkan LPKSM dalam penanganan pengaduan konsumen dan LPKSM juga tidak mempunyai kewenangan memaksa pelaku usaha agar mau menyelesaikan sengketa konsumen di lembaganya. Hal ini terlihat LPKSM dilihat sebelah mata oleh pelaku usaha dan pemerintah

Tabel 1. Praktik Kelembagaan Perlindungan Konsumen di Lintas Negara

Aspek	BPKN (Indonesia)	BPSK (Indonesia)	LPKSM (Indonesia, contohnya YLKI)	ACCC (Australia)	CPC Network (Uni Eropa)	FTC (AS)	CASE (Singapura)
Jenis Layanan	Advokasi kebijakan, rekomendasi	Mediasi, konsiliasi, arbitrase	Advokasi, edukasi, pendampingan	Penegakan hukum, edukasi	Penyelesaian sengketa lintas negara	Penegakan hukum, edukasi digital	Mediasi, arbitrase, edukasi

²⁶ Antara News, "YLKI Menerima 1.675 Aduan Sepanjang 2024, Didominasi Jasa Keuangan," 2025

²⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015, hlm. 90–91

²⁸ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2018, hlm. 158–159.

Kewenangan Eksekusi	Rekomendasi, tidak mengikat	Terbatas, perlu pengadilan untuk eksekusi	Tidak mengikat, advokasi dan pendampingan	Mengikat, dapat menuntut pelaku usaha	Mengikat antar negara anggota EU	Mengikat, denda dan class-action	Mengikat dalam mediasi/arbitrase CASE
Pengaduan Konsumen	Bisa disampaikan secara online	Fisik & online melalui BPSK	Online & offline	Portal online mudah diakses	ODR platform untuk cross-border	Portal online, kategori pengaduan spesifik	Portal online & pusat layanan konsumen
Edukasi Konsumen	Seminar, sosialisasi kebijakan	Terbatas	Program rutin, publikasi	Kampanye online & publik	Edukasi melalui koordinasi antar negara	Edukasi digital & keamanan siber	Edukasi rutin & literasi konsumen
Sektor Fokus	Semua sektor, termasuk e-commerce	Sengketa lokal	Semua sektor, fokus advokasi	Semua sektor, fokus persaingan usaha	Sengketa lintas batas, e-commerce	E-commerce, penipuan, privasi	Semua sektor, fokus perlindungan konsumen & mediasi
Inovasi Teknologi	Portal pengaduan online	Terbatas	Database pengaduan & website	Platform online & monitoring	ODR online & cross-border tools	Portal online & sistem pelaporan	Database pengaduan & sistem mediasi online
Koordinasi Lintas Lembaga	Dengan K/L dan LPKSM ²⁹	Dengan BPKN & K/L ³⁰	Dengan BPKN & BPSK ³¹	Dengan lembaga hukum & pemerintah ³²	Antarnegara anggota UE ³³	Lembaga federal & negara bagian ³⁴	Pemerintah, BUMN, swasta ³⁵

Kelemahan lembaga perlindungan konsumen selama ini dalam praktik implementasi UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?

Secara umum ketiga lembaga perlindungan konsumen di Indonesia masih terdapat beberapa keterbatasan dalam membantu konsumen dalam penyelesaian sengketa, antara lain :

Keterbatasan sumber daya dan anggaran

Jika di analisa ketiga lembaga perlindungan konsumen di Indonesia memiliki kendala yang sama yaitu anggaran. Untuk BPKN, alokasi anggaran bersumber dari APBN dan jumlahnya sangat kecil

²⁹ BPKN, *Catatan Akhir Tahun 2024: Evaluasi dan Kinerja BPKN dalam Pengembangan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: BPKN, 2025

³⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52–54; Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2018, hlm. 143–144.

³¹ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), *Laporan Tahunan Pengaduan Konsumen 2023*, Jakarta: YLKI, 2024; Rachmadi Usman, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013, hlm. 145–146

³² Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), *Annual Report 2023–2024*, Canberra: ACCC, 2024

³³ European Commission, *Consumer Protection Cooperation (CPC) Network*, 2022

³⁴ Federal Trade Commission (FTC), *Consumer Protection Annual Report 2023*, Washington DC: FTC, 2024.

³⁵ Consumers Association of Singapore (CASE), *Annual Report 2023*, Singapura: CASE, 2024.

untuk ukuran sebuah lembaga negara yang hanya 2,38 milyar saja. Untuk BPSK, alokasi anggaran berasal dari Pemerintah Daerah berupa Hibah dan terakhir LPKSM yang alokasi anggaran berasal dari lembaga donor maupun sumbangan masyarakat. LPK di tingkat daerah sering kekurangan anggaran, tenaga ahli, dan fasilitas pendukung. BPSK sebagai lembaga quasi-yudisial sering kekurangan tenaga profesional yang memahami aspek hukum dan teknis.

Dari segi sumber daya jumlah cakupan BPSK Tahun 2024 di Indonesia Terdapat 58 Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang aktif beroperasi di 18 provinsi di Indonesia.³⁶ Masih ada banyak provinsi yang belum memiliki BPSK, sehingga akses konsumen terhadap penyelesaian sengketa non-litigasi terbatas

Hingga tahun 2024, jumlah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) di Indonesia tercatat sebanyak 275 unit, yang tersebar di 26 provinsi dan 142 kabupaten/kota. Sebanyak 12 provinsi dan 372 kabupaten/kota belum memiliki LPKSM, sehingga akses konsumen terhadap perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa masih terbatas di wilayah tersebut.³⁷

Kewenangan terbatas

Kalau dilihat dari peran dan tugas ketiga lembaga perlindungan konsumen di Indonesia, tidak ada satupun lembaga konsumen yang mempunyai kewenangan eksekutorial. Sehingga secara putusan yang dikeluarkan oleh BPSK, Rekomendasi BPKN dan Surat Pengaduan atau Hasil Mediasi di LPKSM tidak ada yang bersifat mengikat.

Selain itu, ketiga lembaga perlindungan konsumen tidak mempunyai kewenangan memaksa pelaku usaha untuk mengikuti penyelesaian sengketa di lembaga perlindungan konsumen. penyelesaian yang diikuti oleh pelaku usaha masih bersifat voluntary sebagai bentuk itikad baik pelaku usaha. Tumpang tindih kewenangan atau kebingungan dalam menangani kasus tertentu.

Hal ini berbeda dengan kewenangan yang berada di Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang jauh lebih menggigit dibandingkan dengan lembaga perlindungan konsumen. Beberapa kewenangan KPPU antara lain :

1. Investigasi dan penindakan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan konsumen, seperti kartel harga, pengaturan kuota, dan praktik diskriminatif terhadap pelaku usaha kecil¹.
2. Memberikan rekomendasi sanksi administratif dan denda kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan persaingan usaha².
3. Koordinasi dengan lembaga pemerintah lain terkait pengawasan sektor tertentu, misalnya sektor keuangan dan telekomunikasi³.
4. Memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai persaingan usaha yang sehat dan dampaknya terhadap harga, kualitas, dan pilihan produk bagi konsumen.³⁸

Dengan kewenangan yang lebih menggigit, KPPU lebih ditakuti oleh pelaku usaha dibanding lembaga perlindungan konsumen.

Kurangnya Sosialisasi dan Edukasi Terhadap Konsumen

Meskipun Indonesia memiliki beberapa lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM, contohnya YLKI), masih terdapat tingkat literasi yang rendah di kalangan konsumen

³⁶ Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), *Focus Group Discussion FGD I: Hak Keuangan Anggota dan Sekretariat BPSK*, Jakarta: BPKN, 2024

³⁷ Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), *Data LPKSM Tahun 2024*

³⁸ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 47-51

Jumlah pengaduan konsumen di ketiga lembaga perlindungan konsumen masih sangat sedikit jika kita hitung jumlah penduduk Indonesia yang berdasarkan data Badan Pusat Statistik Nasional 286,69 juta jiwa. Indeks keberdayaan konsumen Indonesia Tahun 2024 mencapai 60,11 berada di tahap kritis, namun jumlah pengaduan konsumen yang masuk ke lembaga konsumen masih terbilang sangat sedikit. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen dan peran lembaga konsumen di Indonesia

Penguatan peran kelembagaan perlindungan konsumen dalam mewujudkan penyelesaian sengketa yang efektif sebagai bagian dari bentuk bela negara

Penguatan Kelembagaan dan Kewenangan

1. **BPKN**: Perlu diperkuat kewenangan dalam memberikan rekomendasi yang lebih mengikat, termasuk opsi untuk ikut serta dalam mediasi atau litigasi strategis rekomendasi BPKN selama ini tidak mengikat dan tidak memberikan dampak ancaman apabila rekomendasi tersebut tidak dijalankan. oleh karena itu, perlu ada penguatan kewenangan BPKN khususnya bagaimana mereka bisa melakukan monitoring dan penegasan terhadap rekomendasi yang telah dikeluarkan sehingga rekomendasi bisa diimplementasikan. untuk merampingkan formasi dan optimalisasi, kedepan jumlah komisioner minimal 9 dan maksimal 15 dengan penambahan unsur aparat penegak hukum.
2. **BPSK**: Diperlukan peningkatan kewenangan eksekusi putusan, sehingga keputusan mediasi dapat langsung dilaksanakan tanpa perlu pengadilan. Prinsip mudah dan cepat memang harus diadopsi oleh BPSK, bukan hanya proses acaranya saja tapi juga proses eksekusi. sehingga setelah adanya putusan dari BPSK, para pihak bisa mematuhi dan menjalankan perintah putusan. Apabila dalam tempo waktu yang telah ditentukan adanya pihak yang tidak menjalankan maka, BPSK bisa melakukan eksekusi. Selain itu, untuk mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs) maka pemerintah pusat harus mendorong pembentukan BPSK hingga tingkat kabupaten/kota di seluruh di Indonesia demi mewujudkan keadilan masyarakat dalam mengakses lembaga penyelesaian sengketa konsumen.
3. **LPKSM** : Perlu didukung pendanaan, SDM, dan akses teknologi agar dapat melakukan advokasi, edukasi, dan pendampingan konsumen secara efektif. Koordinasi harus dilakukan secara dua arah antara kementerian/lembaga dengan LPKSM, sehingga konsumen bisa merasakan kehadiran negara melalui kepanjangan tangan lembaga konsumen yaitu LPKSM. Peran LPKSM sangat penting dalam memberikan informasi dan membantu penyelesaian sengketa konsumen. Selain itu pemerintah harusnya membuat pedoman penyelesaian sengketa bagi LPKSM sehingga menjadi acuan dalam penyelesaian sengketa konsumen.

Optimalisasi Online Dispute Resolution

Sampai saat ini, regulasi di Indonesia terkait ODR masih terbatas. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memang memberikan dasar hukum penyelesaian sengketa, baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan, termasuk melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, regulasi tersebut belum secara eksplisit mengatur mekanisme berbasis daring.

Peran BPKN sebagai lembaga perlindungan konsumen yang bersifat nasional seharusnya bisa menjadi motor membentuk penyelesaian sengketa berbasis Online Dispute Resolution (ODR). BPKN bisa mengorkestrasi dan mengkonsolidasi pengaduan konsumen yang masuk baik dari konsumen secara langsung maupun melalui LPKSM. setelah itu, BPKN mengintegrasikan pengaduan konsumen tersebut ke pelaku usaha untuk bisa diselesaikan.

Hal ini juga sudah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan membuat website <https://kontak157.ojk.go.id/appkpublicportal/>. Website ini dirancang untuk menerima dan mengintegrasikan pengaduan konsumen jasa keuangan dan website ini dibawah kontrol dan pengawasan oleh OJK. Kompleksitas pengaduan konsumen yang beragam dengan adanya ODR memudahkan pengaduan konsumen dan ODR sesuai dengan prinsip pengaduan konsumen yang mengadopsi mudah, cepat dan efisien.

Dalam konteks global, PBB melalui UNCITRAL Technical Notes on ODR (2016) telah memberikan pedoman yang dapat dijadikan rujukan dalam mengembangkan sistem ODR di Indonesia³⁹. Dengan demikian, diperlukan aturan untuk memberi kepastian hukum mengenai ODR hal ini bisa diakomodir dalam amandemen UU Perlindungan Konsumen. selain itu perlu aturan dalam bentuk Peraturan Pemerintah atau Peraturan Menteri yang secara khusus mengatur mekanisme ODR.

Optimalisasi ODR di Indonesia memerlukan kombinasi antara regulasi yang jelas, kelembagaan yang terintegrasi, pemanfaatan teknologi digital, tanggung jawab marketplace/fintech, literasi konsumen, perlindungan data pribadi, serta kerja sama internasional. Dengan demikian, ODR dapat menjadi mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, murah, dan terpercaya sehingga mampu mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan.

Pembagian Tugas Penyelesaian Sengketa Individu, Kelompok dan Lintas Negara

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen selaku lembaga perlindungan konsumen yang dimandatkan untuk penyelesaian sengketa masih memiliki banyak hambatan. Konsumen pun juga memiliki hambatan dalam penyelesaian sengketa di BPSK, seperti halnya konsumen yang bersifat massal. mereka tidak bisa melakukan penyelesaian sengketa secara massal dan harus secara individual mendaftar.

Oleh karena itu, kelembagaan konsumen kedepan perlu penguatan agar bisa melakukan penyelesaian sengketa secara kolektif dengan satu pelaku usaha yang sama agar penyelesaian sengketa lebih efektif dan efisien. Kedepan BPSK selaku lembaga penyelesaian sengketa konsumen harus bisa menerima dan menyelesaikan sengketa konsumen secara kolektif atau massal. sehingga konsumen bisa mengakses penyelesaian sengketa yang efektif tanpa harus ke pengadilan terlebih dahulu.

Penyelesaian sengketa konsumen tidak hanya terbatas di nasional saja, tapi juga lintas batas atau istilahnya sering disebut *Cross Border*. Banyaknya hambatan penyelesaian sengketa yang bersifat lintas batas seperti keterbatasan bahasa, perbedaan literatur hukum menjadi persoalan serius yang harus di cari jalan keluarnya. BPKN sebagai lembaga konsumen yang bersifat nasional , kedepan harus bisa membantu konsumen dalam penyelesaian sengketa lintas batas. BPKN bisa berkoordinasi dengan Kementerian Luar Negeri jika ada pelaku usaha yang berdomisili diluar negeri, selain itu BPKN juga bisa melakukan koordinasi dengan Lembaga Perlindungan Konsumen lain di dunia melalui asosiasi lembaga konsumen internasional yaitu Consumers Internasional (CI)

Optimalisasi Penyelesaian Sengketa di BPSK

Dalam perekrutan anggota majelis yang terdiri dari Unsur Pemerintah, Pelaku Usaha dan Konsumen diharuskan mempunyai kualifikasi sebagai Sarjana Hukum dan Atau mempunyai sertifikasi sebagai mediator. Selain itu, bisa ditambahkan unsur hakim dalam anggota majelis untuk memperkuat putusan penyelesaian sengketa konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen di BPSK yang terdiri dari beberapa mekanisme yaitu mediasi, konsiliasi dan arbitrase masih menemukan hambatan. pemilihan mekanisme itu diserahkan ke kedua belah pihak yang bersengketa bukan ditetapkan oleh BPSK, kedepan penyelesaian sengketa di BPSK

³⁹ UNCITRAL, *Technical Notes on Online Dispute Resolution*, 2016

bukan pemilihan dan kesepakatan kedua belah pihak melainkan berjenjang mediasi, konsiliasi dan terakhir adalah arbitrase.

Penguatan BPKN dalam Penyelesaian Sengketa Bersifat Sistemik

BPKN sebagai lembaga negara yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki mandat untuk memberikan saran, pertimbangan, dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka perlindungan konsumen.

Penyelesaian sistemik berbeda dengan mekanisme litigasi atau penyelesaian sengketa individual melalui BPSK, karena BPKN lebih fokus pada penyusunan kebijakan, advokasi publik, serta rekomendasi regulasi. Dengan demikian, penyelesaian sistemik yang dilakukan BPKN dapat berfungsi sebagai policy recommendation kepada pemerintah maupun regulator terkait.

BPKN harus memperkuat kajian akademik terhadap isu-isu yang banyak menimbulkan pengaduan konsumen dan sifatnya berulang. Hasil kajian tersebut kemudian disampaikan kepada kementerian/lembaga terkait agar dilakukan perubahan kebijakan atau regulasi yang lebih berpihak pada konsumen.

Kedepan BPKN juga harus berani menganalisa peraturan-peraturan yang berdampak pada konsumen dan ada nya klausul pasal yang merugikan konsumen. Sebagai lembaga perlindungan konsumen, harusnya BPKN bisa menyuarakan pembentukan sebuah regulasi berbasis perlindungan konsumen jika ada kekosongan hukum maupun berani untuk mendorong pemerintah untuk melakukan amandemen peraturan jika BPKN merasa ada klausul yang merugikan dari sisi konsumen.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan lembaga perlindungan konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam menerapkan fungsi dan wewenangnya secara efektif. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain keterbatasan sumber daya, lemahnya kewenangan lembaga konsumen, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap hak-haknya sebagai konsumen, serta kurangnya koordinasi antar lembaga terkait. Lebih lanjut, penelitian ini menawarkan strategi penguatan kelembagaan perlindungan konsumen ke depan melalui pendekatan reformasi struktural, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta optimalisasi sistem penyelesaian sengketa berbasis digital yang lebih cepat, murah, dan adil. Penguatan ini tidak hanya berdampak pada efektivitas penyelesaian sengketa, tetapi juga merupakan wujud nyata dari bela negara dalam konteks perlindungan hak-hak warga negara sebagai konsumen dalam mencapai tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). Dengan demikian, negara hadir secara aktif dalam menjamin keadilan dan kepastian hukum dalam aktivitas ekonomi nasional.

REFERENSI

- Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2018,
Antara News, "Anggaran BPKN dipangkas sekitar 73 persen akibat efisiensi belanja," 13 Februari 2025
Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), *Annual Report 2023–2024*, Canberra: ACCC, 2024
Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001)
Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), *Focus Group Discussion FGD I: Hak Keuangan Anggota dan Sekretariat BPSK*, Jakarta: BPKN, 2024
BPKN, *Catatan Akhir Tahun 2024: Evaluasi dan Kinerja BPKN dalam Pengembangan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: BPKN, 2025



- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015
- Consumers Association of Singapore (CASE), *Annual Report 2023*, Singapura: CASE, 2024.
- Douglass C. North, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, 1990
- European Commission, *Consumer Protection Cooperation (CPC) Network*, 2022
- Federal Trade Commission (FTC), *Consumer Protection Annual Report 2023*, Washington DC: FTC, 2024.
- Komisi Nasional Pertahanan Negara, *Laporan Strategi Bela Negara*, Jakarta: Kemenhan RI, 2020.
- Rachmadi Usman, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2013)
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- UNCITRAL, *Technical Notes on Online Dispute Resolution*, 2016
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52–54;
- United Nations, *United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP)*, 2016.
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen 2024*.
- Yogyapos. "LBH Nusa Menempati Kantor Baru di Jalan Kabupaten Nomor 99 Sleman." Diakses dari <https://yogyapos.com/berita-lbh-nusa-menempati-kantor-baru-di-jalan-kabupaten-nomor-99-sleman-16931>