

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam Menjamin Hak-Hak Konsumen di Indonesia

Ubaid Aisyul Hana¹, Putri Fatimah Bilqhis²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
e-mail : ¹ubaidmedmed@gmail.com, ²08040224133@uinsa.ac.id

Abstrak

Sejak era digitalisasi, sektor perdagangan dan konsumsi masyarakat Indonesia saat ini telah mengalami banyak sekali pertumbuhan yang sangat cepat. Selain itu, berbagai kemungkinan pelanggaran hak konsumen kini kian meningkat, mulai dari informasi palsu hingga produk yang tidak memenuhi persyaratan keamanan. Oleh karena itu, lembaga perlindungan konsumen menjadi sangat penting dalam menjaga keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Organisasi ini bertanggung jawab untuk mengawasi dan melindungi hak-hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, informasi yang akurat, dan keadilan dalam transaksi berdasarkan undang-undang seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, aktivitas lembaga ini meningkatkan kesadaran bagi masyarakat tentang pentingnya menjaga sistem ekonomi yang sehat untuk melindungi para konsumen. Penelitian ini menunjukkan betapa efektifnya lembaga perlindungan konsumen dan betapa sulitnya melindungi hak-hak konsumen di era digital dan globalisasi.

Kata kunci: perlindungan konsumen, hak konsumen, keadilan transaksi

Abstract

Since the era of digitalization, the trade and consumption sectors of Indonesian society have experienced very rapid growth. In addition, various potential violations of consumer rights have increased, ranging from false information to products that do not meet safety requirements. Therefore, consumer protection agencies become very important in maintaining the balance between consumers and businesses. This organization is responsible for overseeing and protecting consumer rights regarding safety, comfort, accurate information, and fairness in transactions based on laws such as Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. Additionally, the activities of this institution raise public awareness about the importance of maintaining a healthy economic system to protect consumers. This research shows how effective consumer protection agencies are and how difficult it is to protect consumer rights in the digital and globalization era.

Keywords: consumer protection, consumer rights, transaction fairness

1. Pendahuluan

Salah satu masalah yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi kontemporer adalah perlindungan konsumen, terutama di Indonesia, yang memiliki pasar domestik yang besar. Ketika daya beli masyarakat meningkat dan mereka memiliki akses yang lebih luas ke berbagai barang dan jasa, baik yang dibuat di dalam negeri maupun yang diimpor, risiko yang dihadapi konsumen juga meningkat. Konsumen seringkali tidak tahu banyak tentang standar, kualitas, dan keamanan barang yang mereka beli. [1] Konsumen adalah setiap individu yang

memanfaatkan barang dan jasa yang disediakan oleh masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk dijual. Namun, menurut UUPK, pengertian konsumen biasanya terdiri dari tiga bagian:

1. Konsumen secara keseluruhan, yang berarti pengguna, pengguna, dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu
2. Konsumen antara, yang berarti pengguna, pengguna, dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk diubah menjadi barang atau jasa lain oleh produsen atau diperdagangkan oleh distributor dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku bisnis; dan
3. Konsumen akhir, yang berarti pengguna, pengguna, dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk[2]

Pembuat undang-undang menggunakan istilah "pelaku usaha", yang biasanya dikenal sebagai "pengusaha". Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan usaha tersebut di Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi"[3]. Dari sisi penjual hal ini telah membuka peluang besar bagi para pedagang untuk memasarkan barang mereka ke lebih banyak orang tanpa terbatas pada waktu atau lokasi geografis. Pelaku bisnis dapat memilih kanal penjualan yang sesuai dengan target pasar dan kebutuhan bisnis mereka dengan banyak platform lokal dan internasional yang tersedia.[4]. Namun ada banyak kasus penipuan dan barang palsu yang beredar luas di pasar, termasuk di platform e-commerce, yang memperburuk kondisi ini. [5].

Oleh karena hal itu, undang-undang perlindungan konsumen dibuat di Indonesia.. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan hak-haknya sebagai konsumen juga menunjukkan betapa penting adanya lembaga yang dapat membantu untuk menyelesaikan perselisihan, memberikan informasi yang jelas, dan memberikan pendidikan tentang hak-haknya. [6]. Didasarkan pada gagasan ini, peraturan perundang-undangan diperlukan untuk mengimbangi kepentingan konsumen dan pelaku usaha untuk menciptakan perekonomian yang sehat. Pasal 1365 KUHPer menyatakan, "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian." Pasal ini memberikan perlindungan bagi seseorang terhadap tindakan yang melanggar hukum.[7]

Institusi yang bertanggung jawab untuk melindungi konsumen, antara lain seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). [6] Namun, lembaga perlindungan konsumen menghadapi banyak masalah, seperti keterbatasan sumber daya, koordinasi antarlembaga, dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi dan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga perlindungan konsumen harus lebih kuat dengan bekerja sama, memperkuat regulasi, dan mengembangkan strategi baru untuk mengatasi masalah yang muncul di era digital saat ini.[8]

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Untuk mencapai tujuan memahami dan menginterpretasikan berbagai perspektif, teori, dan hasil penelitian sebelumnya, analisis literatur yang dilakukan termasuk berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, media massa, dan perundang-undangan yang relevan. [9].

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan memeriksa berbagai dokumen resmi, seperti teks undang-undang, peraturan pemerintah, dan dokumen hukum lainnya yang relevan. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal, dan artikel yang membahas perlindungan konsumen dalam Menjamin Hak-Hak Konsumen di Indonesia untuk mendukung dan memberikan konteks analisis. [10]

3. Hasil dan Pembahasan

Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Konsumen adalah setiap individu yang memanfaatkan barang dan jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk dijual.[11] Sedangkan dalam dunia peraturan perundang-undangan Indonesia, perlindungan konsumen merupakan undang-undang yang belum banyak diketahui dan dipahami oleh masyarakat umum. Meskipun, sejak lama, banyak desakan untuk peraturan perundang-undangan yang komprehensif untuk konsumen tersebut telah diajukan. Konsumen tidak memiliki perlindungan yang cukup karena praktik monopoli dan kurangnya perlindungan konsumen. Dalam industri Indonesia, ini telah menjadi "rahasia umum" bahwa konsumen tidak memiliki opsi lain.[12]

Mengingat kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, yang mendorong produsen untuk menghasilkan barang atau jasa untuk mencapai tujuan bisnis, penting untuk melindungi konsumen dewasa ini. Ada hubungan antara istilah "perlindungan konsumen" dan perlindungan hukum. Oleh karena itu, elemen hukum diperlukan untuk melindungi konsumen. Perlindungan konsumen sama dengan perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen, karena objek yang dilindungi tidak hanya memiliki atribut fisik. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), perlindungan konsumen terdiri dari segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Salah satu tugas Direktorat Pemberdayaan Konsumen adalah membuat regulasi teknis untuk pelaksanaan UUPK, yang pada dasarnya bertujuan untuk melindungi konsumen. Dengan demikian, kebijakan perlindungan konsumen, standar, dan kriteria harus ada.[13]

Karena ada posisi yang tidak seimbang antara konsumen dan pelaku bisnis, perlindungan konsumen melibatkan keberpihakan pada konsumen. Konsumen memiliki tempat khusus dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan gagasan bahwa mereka dilindungi oleh berbagai peraturan perundang-undangan, baik secara tersurat maupun tersirat. Di sisi lain, gagasan bahwa konsumen berperan sebagai pihak yang dilindungi juga berarti bahwa mereka adalah salah satu bagian dari penyelenggara perlindungan konsumen. [14]

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga penting dalam perlindungan konsumen karena bertindak sebagai pusat penyelesaian sengketa antara konsumen dan penyedia barang atau jasa. BPSK membantu konsumen menyelesaikan masalah mereka melalui metode alternatif tanpa menghabiskan banyak waktu di pengadilan. BPSK didirikan sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan sengketa konsumen dan Selain itu, BPSK juga menangani masalah konsumen yang sederhana dan kecil. BPSK didirikan karena masyarakat tidak ingin membawa sengketa ke pengadilan karena posisi sosial dan ekonomi yang tidak setara antara konsumen dan perusahaan. Ini membuat konsumen merasa sulit mendapatkan keadilan di pengadilan.[15]

Hak konsumen Indonesia

Salah satu hak asasi manusia (HAM) yang harus dilindungi adalah hak konsumen. HAM telah diperhatikan dalam penegakannya, selain dilindungi oleh hukum nasional. Sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1 ayat 3 UUD 1945, Indonesia adalah negara hukum. Dalam negara hukum, hak asasi manusia dilindungi dengan penegakan hukum melalui proses yang adil. Perlindungan terhadap hak asasi manusia tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa hak asasi manusia dihormati dan dilindungi sebagai ciri penting dari negara hukum yang demokratis. [16] Pendidikan hukum dan pengertian mengenai hak-hak konsumen juga diberikan kepada masyarakat untuk membantu mereka memahami hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen dan menjadi konsumen yang cerdas.[17] Perlindungan konsumen juga di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang sering dikenal dengan UU PK. Pasal 4 UU PK telah mengatur hak konsumen yang meliputi:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam konsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
 5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
 6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
 7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.[18]
- Ketika konsumen menghadapi masalah atau ketika hak-haknya tidak terpenuhi dalam transaksi, konsumen dapat merujuk pada peraturan yang mengatur hak konsumen di Indonesia. Peraturan ini menjamin dan melindungi hak-hak tersebut. [19]

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menegakkan Hak Konsumen

Dalam menangani kasus tidak sesuaian produk yang ditampilkan di pasar yang mengakibatkan kerugian konsumen, lembaga perlindungan konsumen berperan penting dalam melindungi dan mengadvokasi hak-hak konsumen. Dalam menjalankan tugasnya, Lembaga Perlindungan Konsumen memastikan bahwa produk yang dijual oleh perusahaan atau pasar aman dan memenuhi standar kualitas[20]. Salah satu peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam menjamin hak-hak pelanggan akibat pelaku usaha yang merugikannya adalah yang pertama memberikan informasi dan memberi tahu pelanggan tentang hak mereka. Kedua, Lembaga Perlindungan Konsumen memiliki wewenang untuk menangani persengketaan antara penyedia produk dan pelanggan secara adil, karena lembaga ini menerima dan menangani masalah pelanggan terkait produk yang tidak memenuhi harapan pelanggan. Ketiga, lembaga ini harus mengawasi dan menguji produk yang dijual atau dikirim untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kesela. Keempat, orang percaya bahwa lembaga perlindungan konsumen dapat membantu penegakan hukum memastikan bahwa bisnis yang melanggar hak konsumen akan dikenakan sanksi. Kelima, lembaga perlindungan konsumen dapat mendorong pertanggungjawaban sosial pengusaha, mendorong mereka untuk berperilaku secara etis dan bertanggung jawab atas transaksi yang mereka lakukan dengan pelanggan.[21]

Hak konsumen dilindungi secara signifikan oleh lembaga perlindungan konsumen di Indonesia. Organisasi ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa konsumen dilindungi, aman, dan adil selama berbagai transaksi bisnis. Salah satu tugas utama lembaga perlindungan konsumen adalah mendidik konsumen tentang hak mereka, termasuk memberikan informasi yang jelas dan memadai tentang barang atau jasa yang mereka beli. Selain itu, lembaga ini melindungi kepentingan konsumen, baik melalui penyelesaian sengketa antara konsumen dan produsen atau penyedia jasa, maupun dengan menawarkan perlindungan hukum jika hak-hak konsumen dilanggar. Lembaga perlindungan konsumen juga bertanggung jawab untuk mengawasi praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan konsumen. Pengawasan ini memungkinkan lembaga untuk mencegah penipuan, pemalsuan, atau tindakan lain yang dapat merugikan konsumen. [22]

Lembaga perlindungan konsumen bertindak sebagai penengah yang objektif dan independen untuk menyelesaikan masalah ketika hak-hak konsumen dilanggar atau terjadi perselisihan. Akibatnya, mereka memainkan peran penting dalam menjaga keadilan dan memperkuat hak konsumen dalam berbagai transaksi. Lembaga perlindungan konsumen membantu menciptakan lingkungan ekonomi yang sehat, adil, dan jujur bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis di Indonesia. Di samping itu, lembaga-lembaga ini membantu penyelesaian sengketa antara pelanggan

dan penyedia jasa atau produsen melalui mediasi atau penyelesaian alternatif lainnya, yang membantu mengurangi beban dan biaya proses hukum yang panjang.[23]

Kendala / Hambatan Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Indonesia telah meratifikasi Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), termasuk Persetujuan tentang Aspek Perdagangan Terkait Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs).[24] Selain itu, negara ini telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, Indonesia berkomitmen untuk memastikan pelaksanaan kebijakan tersebut memperhatikan perlindungan konsumen. Perlindungan hukum konsumen masih menghadapi banyak masalah dalam kenyataannya. Beberapa faktor, seperti struktur hukum, substansi hukum, budaya hukum, dan kinerja aparatur birokrasi, bertanggung jawab atas masalah ini. Secara keseluruhan, masalah yang muncul saat menerapkan UUPK termasuk kurangnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya, kurangnya pendidikan konsumen, kurangnya upaya untuk mempersiapkan konsumen Indonesia untuk pasar bebas, kurangnya pengawasan terhadap standardisasi kualitas barang, kekurangan regulasi hukum, dan keyakinan keliru dari pelaku usaha bahwa perlindungan konsumen dapat merugikan.[25]

Keterbatasan pengawasan ini disebabkan oleh sejumlah alasan, salah satunya adalah jumlah bisnis yang terus meningkat di platform e-commerce. Karena transaksi e-commerce lintas batas dan melibatkan banyak pihak di dalam dan di luar negeri, pemerintah seringkali kesulitan untuk memantau semua transaksi[26]. Selain itu, sistem pengawasan saat ini belum ideal karena tidak cukup sumber daya manusia dan teknologi untuk memantau pelanggaran secara langsung. Penegakan hukum yang lemah juga merupakan masalah. Meskipun UUPK telah menetapkan berbagai sanksi untuk pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen, sanksi ini seringkali tidak efektif. Ketidadaan mekanisme penegakan hukum yang tegas menyebabkan banyak pelaku usaha menghindari tanggung jawab mereka. Misalnya, penyelesaian sengketa konsumen seringkali memakan waktu dan mahal.[27]

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menerapkan hukum perlindungan konsumen dalam pembelian barang secara online di Indonesia adalah meningkatkan penegakan hukum dengan memperkuat koordinasi antarlembaga dan memperkuat penegakan hukum, meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-haknya sebagai konsumen, dan meningkatkan penegakan hukum, memperluas akses teknologi dengan memberi orang akses yang mudah ke teknologi, meningkatkan privasi dan keamanan data konsumen dengan menjamin bahwa data mereka aman dan terlindungi serta memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap penyalahgunaan data pribadi, meningkatkan jaminan keaslian produk dengan memberikan informasi yang jelas tentang merek dan sertifikasi produk, dan meningkatkan pengawasan terhadap produk palsu, menghasilkan sertifikasi produk yang dikeluarkan oleh lembaga yang terpercaya, meningkatkan pengetahuan konsumen tentang standar kualitas produk dan cara membedakan produk yang memenuhi standar kualitas dengan produk yang tidak memenuhi standar kualitas, dan meningkatkan kerjasama antara pengusaha dan pembeli untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang diharapkan pelanggan.[28]

4. Kesimpulan

Peran lembaga perlindungan konsumen dalam menegakkan hak konsumen di Indonesia menunjukkan bahwa peran mereka sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen dilindungi dan diadilkan. Analisis menyeluruh menunjukkan bahwa lembaga perlindungan konsumen seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sangat penting untuk menyelesaikan sengketa, mengajar, dan memantau kepatuhan penyedia jasa atau produsen terhadap hukum konsumen. Namun, temuan tersebut juga menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang perlu diselesaikan. Ini termasuk keterbatasan sumber daya, koordinasi antarlembaga yang belum optimal, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar yang cepat.[29]

Akibatnya, upaya kolaboratif diperlukan untuk meningkatkan infrastruktur dan kapasitas lembaga perlindungan konsumen. Langkah-langkah ini termasuk meningkatkan kerja sama antarlembaga, memperkuat regulasi, dan menerapkan strategi inovatif untuk mengatasi tantangan pasar kontemporer. Menurut penelitian ini, lembaga perlindungan konsumen memainkan peran penting dalam menjamin hak-hak konsumen dilindungi. Untuk mengatasi tantangan saat ini dan meningkatkan kesejahteraan konsumen Indonesia, diperlukan kerjasama yang erat antara pemerintah, lembaga terkait, dan masyarakat untuk memberikan perlindungan yang lebih baik.[30]

Daftar Pustaka

- [1] P. A. O. Apandy, Melawati, and P. Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *J. Manaj. Bisnis Jayakarta*, vol. 3, no. 1, pp. 12–18, 2021, doi: 10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85.
- [2] K. Yessy and dan G. Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta*. 2022.
- [3] B. Andjani and A. F. Rosando, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dalam E-Commerce Yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif," *Bureaucracy*, vol. 3, no. 1, pp. 697–723, 2023, doi: 10.53363/bureau.v3i1.211.
- [4] A. S. Wahongan, Y. Simbala, and V. Y. Gosal, "Strategi Mewujudkan Keamanan Pangan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen," *LexEtSocietatis*, vol. 9, no. 3, pp. 1–26, 2021.
- [5] U. N. Tahun *et al.*, "Sosialisasi Dan Edukasi Hak Dan Kewajiban Konsumen Berdasarkan," vol. 02, no. 02, pp. 549–554, 2024.
- [6] Y. Daeng, J. Kasmira, A. Guswandi, B. Keristian, J. T, and A. K. Nasution, "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menegakkan Hak Konsumen Di Indonesia," *Nasution Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 6, pp. 2883–2890, 2023.
- [7] Itra Saleh, Nur Mohamad Kasim, and Dolot Alhasni Bakung, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen," *Eksekusi J. Ilmu Huk. dan Adm. Negara*, vol. 1, no. 3, pp. 358–369, 2023, doi: 10.55606/eksekusi.v1i3.543.
- [8] T. T. Tambuwun, "Peranan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Perlindungan Konsumen Yang Mengandung Zat Berbahaya," *Lex Priv.*, vol. 8, no. 4, p. 11, 2020, [Online]. Available: file:///C:/Users/ANTHO/Downloads/jak_lexprivatum,+10.+Tyrsa+Tesalonika+Tambuwun_privatum.pdf
- [9] F. S. Izazi, P. Sajena, R. S. Kirana, and K. Marsaulina, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," *Leuser J. Huk. Nusantara*, vol. 1, no. 2, pp. 8–14, 2024, [Online]. Available: <https://journal.myrepublikcorp.com/index.php/leuser/article/view/73>
- [10] S. P. Siregar, "Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *J. Law, Adm. Soc. Sci.*, vol. 4, no. 2, pp. 228–233, 2024, doi: 10.54957/jolas.v4i2.619.
- [11] A. Maharani and A. Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 6, pp. 659–666, 2021, doi: 10.31933/jemsi.v2i6.607.
- [12] N. Juwitasari, D. S. Rs, M. Junaidi, and S. Soegianto, "JASA EKSPEDISI CONSUMER PROTECTION OF USERS canggi membuat perkembangan dunia maya semakin pesat , tidak saja dalam konteks," *J. USM Law Rev.*, vol. 4, no. 2, pp. 688–701, 2021.
- [13] Marsha Azhar Nadhira, "Tinjauan Yuridis Legalitas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lpksm) Serta Perannya Dalam Melindungi Konsumen Di Indonesia," *Gloria Justitia*, vol. 3, no. 1, pp. 27–44, 2023, doi:

- 10.25170/gloriajustitia.v3i1.4393.
- [14] K. Sukarna, "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen Dan Pelaku Usaha," *Huk. dan Masy. Madani*, vol. 6, no. 1, p. 1, 2018, doi: 10.26623/humani.v6i1.851.
 - [15] R. I. Sitepu and H. Muhamad, "Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Indonesia," *J. Rechten Ris. Huk. dan Hak Asasi Mns.*, vol. 3, no. 2, pp. 7–14, 2022, doi: 10.52005/rechten.v3i2.35.
 - [16] Y. Susantri, "Perlindungan Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia," *CONSTITUO J. State Polit. Law Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 44–58, 2022, doi: 10.47498/constituo.v1i1.1210.
 - [17] T. Berlianty, A. Balik, and R. F. Sopamena, "Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Atas Hak-Hak Konsumen," *AIWADTHU J. Pengabdi. Huk.*, vol. 2, no. 1, p. 35, 2022, doi: 10.47268/aiwadthu.v2i1.713.
 - [18] A. Mazli, "Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce," *J. Lex Renaiss.*, vol. 6, no. 2, pp. 298–312, 2021, doi: 10.20885/jlr.vol6.iss2.art6.
 - [19] Y. L. Fista, Aris Machmud, and S. Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Huk.*, vol. 12, no. 1, pp. 177–189, 2023, doi: 10.37893/jbh.v12i1.599.
 - [20] N. Hardiati, "Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 1, p. 513, 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i1.1862.
 - [21] J. Tatianna, M. Aditya, P. Putra, U. Udayana, D. P. Klod, and K. D. Barat, "PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA," vol. 3, no. 1, 2025.
 - [22] I. Anwar and M. Lobubun, "The Role and Function of Legal Aid Posts (Posbakum) at Biak's Religious Court Class IIB," *Volksgeist J. Ilmu Huk. dan Konstitusi*, vol. 4, no. 2, pp. 139–151, 2021, doi: 10.24090/volksgeist.v4i2.5184.
 - [23] V. No *et al.*, "Dinamika Perlindungan Konsumen : Tantangan dan Strategi Resolusi di Indonesia," vol. 1, no. 1, pp. 77–81, 2024.
 - [24] B. C. Linda, J. A. Kermite, and M. Karundeng, "Kajian Hukum Internasional Terhadap Negara Yang Melanggar Prinsip-Prinsip Wto (World Trade Organization)," *Lex Priv.*, vol. 10, no. 4, pp. 1–15, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/42399>
 - [25] Z. Hasan *et al.*, "Issn : 3025-9495," vol. 10, no. 3, 2024.
 - [26] L. F. Muhamad and E. Rilvani, "Systematic Review: Perlindungan Konsumen Transaksi Online," *SMART Manag. J.*, vol. 1, no. 2, pp. 40–46, 2021, doi: 10.53990/smj.v2i1.8.
 - [27] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*. 2008.
 - [28] M. Y. S. Mewu and K. J. Mahadewi, "Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia," *J. Kewarganegaraan*, vol. 7, no. 1, pp. 441–450, 2023.
 - [29] G. N. A. D. Susila, "Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Penjualan Obat-Obatan Melalui Internet," *J. Ilmu Huk.*, vol. Vol. 4, no. 3, pp. 1–6, 2017, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/71155>
 - [30] M. J. Maulana, "Perlindungan Konsumen Dalam Ecommerce," *Masal. Huk.*, vol. 41, no. 1, p. 41, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/4156/3789%0Ahttps://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/4156>