



**CIPS**  
Center for Indonesian  
Policy Studies



**Makalah Kebijakan No. 27**

**Melindungi Masyarakat:**

# **Memajukan Hak-Hak Konsumen Digital**

oleh Ira Aprilianti

[www.cips-indonesia.org](http://www.cips-indonesia.org)



**Makalah Kebijakan No. 27  
Melindungi Masyarakat:  
Memajukan Hak-Hak Konsumen Digital**

**Penulis:**  
Ira Aprilianti

**Ucapan terima kasih:**

Penulis ingin memberikan apresiasi kepada para kolega, Felippa Ann Amanta dan Nadia Fairuza Azzahra, yang sangat membantu dan mendukung penelitian ini. Ketersediaan mereka untuk memberikan waktu dengan murah hati sangat dihargai oleh penulis.

**Dengan dukungan dari:**



Implemented by:



Publikasi ini disiapkan dengan dukungan proyek *Consumer Protection in ASEAN (PROTECT)*, yang diwujudkan oleh *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH* dan didanai oleh Kementerian Federal untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan Jerman (BMZ).

Jakarta, Indonesia  
Mei, 2020

---

## GLOSARIUM

- ACCP : *ASEAN Committee on Consumer Protection* atau Komite ASEAN untuk Perlindungan Konsumen
- ACEI : *ASEAN Consumer Empowerment Index* atau Indeks Keberdayaan Konsumen ASEAN
- ADR : *Alternative Dispute Resolution* atau Alternatif Penyelesaian Sengketa
- AFPI : Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia
- AFSI : Asosiasi Fintech Syariah Indonesia
- AFTECH : Asosiasi Fintech Indonesia
- Bappenas : Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas
- BI : Bank Indonesia
- BPKN : Badan Perlindungan Konsumen Nasional
- BPSK : Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
- BSSN : Badan Siber dan Sandi Negara
- CSIRT : *Computer Security Incident Response Team* atau Tim Respons Insiden Keamanan Komputer
- FDC : *Fintech Data Center* atau Pusat Data Fintech
- GDPR : *General Data Protection Regulation* atau Regulasi Umum Perlindungan Data
- IDA : *Indonesian Digital Association* atau Asosiasi Digital Indonesia
- idEA : *Indonesian E-Commerce Association* atau Asosiasi E-Commerce Indonesia
- IKK : Indeks Keberdayaan Konsumen
- Kemendag : Kementerian Perdagangan
- Kemenko Perekonomian : Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
- Kemendikominfo : Kementerian Komunikasi dan Informatika
- KPPU : Komisi Pengawas Persaingan Usaha
- LAPS : Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa
- LPKSM : Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
- ODR : *Online Dispute Resolution* atau Penyelesaian Sengketa Daring
- OECD : *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi
- OJK : Otoritas Jasa Keuangan
- PDP : Perlindungan Data Pribadi
- PII : *Personally Identifiable Information* atau Informasi Identifikasi Pribadi
- PP PMSE : Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- PPD : *Public-Private Dialogue* atau Dialog Pemerintah-Swasta
- Prolegnas : Program Legislasi Nasional
- RPJMN : Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
- SiPENA : Sistem Informasi Pengaduan Konsumen Nasional
- Stranas-PK : Strategi Nasional Perlindungan Konsumen

- 
- SWI : Satgas Waspada Investasi
  - UMKM : Usaha Mikro Kecil dan Menengah
  - UNCTAD : *United Nations Conference on Trade and Development* atau Konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai Perdagangan dan Pembangunan
  - UU ITE : Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, revisi dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
  - UUPK : Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
  - YLKI : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

*Makalah ini diterbitkan di masa krisis coronavirus disease (Covid-19) yang semakin menunjukkan pentingnya ekonomi digital di Indonesia. Meskipun belum diketahui bagaimana krisis ini akan berdampak pada kebijakan sektor ekonomi digital, tetapi pandemi virus Covid-19 telah memunculkan dan bahkan mungkin memperkeruh banyak kekhawatiran tentang edukasi dan perlindungan konsumen yang dibahas di dalam makalah ini, termasuk terkait privasi dan keamanan data. Selagi pemerintah mengkaji dampak ekonomi dari krisis ini, sebaiknya pemerintah juga tidak kehilangan pandangan akan pentingnya keterbukaan pasar dan pelaksanaan pasar yang adil, tidak terkecuali terkait kepentingan konsumen. Diskusi terahan antar institusi pemerintah dan DPR harus tetap diutamakan dan dipercepat, termasuk terkait revisi UU Perlindungan Konsumen dan UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, legislasi RUU Perlindungan Data Pribadi, dan pembahasan RUU Keamanan dan Ketahanan Siber. Inisiatif legislatif ini harus diprioritaskan bersama dengan upaya-upaya lainnya guna mempercepat pemulihan Indonesia setelah krisis.*

---

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Ekonomi digital diperkirakan bernilai sebesar USD40 triliun di Indonesia pada tahun 2019 dan diprediksi akan mencapai USD130 triliun pada 2025. Meskipun perusahaan “unicorn” selalu menjadi yang pertama kali muncul di benak orang banyak ketika membicarakan sektor ini, kenyataannya, bisnis perdagangan elektronik (*e-commerce*) didominasi oleh perusahaan-perusahaan mikro yang mempekerjakan 1-4 karyawan. Selain itu, hampir 20% kegiatan perdagangan daring terjadi di Instagram.

Ekonomi digital memang tengah berkembang pesat, tetapi Indonesia masih tertinggal dalam melindungi hak-hak konsumennya. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) hanya mencatat 48 pengaduan terkait transaksi perdagangan elektronik pada tahun 2019.

Beberapa perubahan di bawah ini direkomendasikan untuk membuka kemungkinan mekanisme non-litigasi dan litigasi terkait perlindungan hak-hak konsumen digital, khususnya ketika layanan konsumen perusahaan gagal menyelesaikan aduan yang diajukan oleh konsumen.

Rencana revisi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) perlu segera diselesaikan tanpa ada penundaan lagi. Perlindungan konsumen digital dan masalah yang muncul dari celah hukum telah membuat revisi UU ini menjadi prioritas yang mendesak.

Pihak pemerintah dan DPR harus mencari masukan substansial dan mempercepat diskusi Rancangan Undang-Undang (RUU) Perlindungan Data Pribadi dan juga RUU Keamanan dan Ketahanan Siber. Keduanya merupakan prioritas pada Program Legislasi Nasional (Prolegnas) periode 2020-2024.

Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas-PK) harus secara eksplisit menggambarkan wewenang kementerian/lembaga terkait. Upaya tersebut akan memperbaiki koordinasi lintas sektoral dan antar institusi yang ada dan menjadi langkah untuk membahas peraturan-peraturan yang tumpang tindih atau kontradiktif. Sebagai alternatif, pemerintah dapat mempertimbangkan pembentukan Satuan Tugas (Satgas) yang khusus menangani ekonomi digital dan permasalahan di dalamnya, termasuk terkait perlindungan konsumen.

BPKN harus memberikan laporan-laporan komprehensif dan rekomendasi kebijakan kepada Satgas yang sudah ada dan kementerian-kementerian yang terkait.

Pemerintah harus melibatkan sektor swasta dalam pembuatan kebijakan ekonomi digital dan mencari cara untuk memfasilitasi dan mempromosikan inisiatif bisnis yang bertanggung jawab. Kode etik berprinsip yang disesuaikan dengan konteks lokal dapat membantu bisnis-bisnis daring untuk bertindak secara adil dan bertanggung jawab terhadap konsumen.

Sistem Informasi Pengaduan Konsumen Nasional (SiPENA) perlu memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak dan kewajiban mereka. Portal tersebut harusnya memasukkan opsi non-

---

litigasi untuk penyelesaian sengketa, sementara integrasi pengadilan elektronik (E-Court) dapat menyelesaikan perselisihan perdagangan elektronik dengan biaya yang lebih rendah bagi pihak-pihak yang terlibat.

Program pelatihan untuk konsumen dan badan/lembaga perlindungan konsumen pada program RPJMN harus bisa memperbaiki literasi konsumen dan kapasitas sumber daya manusia yang ada pada badan/lembaga tersebut.

Terakhir, kebijakan persaingan usaha Indonesia harus sejalan dengan kebijakan perlindungan konsumen agar keuntungan dari sebuah persaingan usaha dapat tetap ada selagi mencegah praktik-praktik bisnis yang terlarang. Seharusnya, ada koordinasi institusional antara badan-badan yang mengawasi persaingan usaha dan yang menangani masalah konsumen. Hambatan-hambatan masuk pada perdagangan elektronik bagi bisnis-bisnis baru harusnya dikurangi guna mendukung persaingan pasar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat harus ditelaah kembali dan diperbarui agar bisa mengakomodasi ekonomi digital dan juga agar bisa mengikutsertakan masalah perlindungan konsumen digital.

## INDUSTRI DIGITAL INDONESIA

Kemajuan teknologi mendukung perkembangan sebuah negara dengan memberikan insentif untuk setiap inovasi yang muncul dan dengan mendukung pertumbuhan bisnis, perdagangan, keuangan, investasi, dan bahkan kapasitas institusional (UN, n. d.). Demikian juga di Indonesia, teknologi telah mendorong pengentasan kemiskinan melalui peningkatan konektivitas, konsumsi, produksi, dan penyediaan lapangan pekerjaan.

“  
Kombinasi persaingan usaha berbasis pasar dengan konektivitas internet mendukung pelaku usaha untuk menyediakan pilihan yang lebih luas, cepat, terjangkau, dan terpercaya kepada konsumen.”

Kombinasi persaingan usaha berbasis pasar dengan konektivitas internet mendukung kewirausahaan untuk berkembang. Ekonomi digital menyediakan sarana terbuka yang mengurangi biaya transaksi untuk memulai bisnis, terlepas dari siapa pun yang mencoba untuk memulainya. Kombinasi tersebut mendorong pelaku usaha untuk menyediakan pilihan yang lebih luas, cepat, terjangkau, dan terpercaya kepada konsumen.

Ekonomi berbasis internet di Indonesia berkembang hingga empat kali lipat besarnya antara tahun 2015 hingga 2019, yaitu mencapai sekitar USD40 miliar, atau 3,57% dari nilai PDB Indonesia (Google & Temasek, 2019; CEIC, n.d.). Sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar di antara negara-negara Asia Tenggara, nilai ekonomi digital Indonesia diprediksi akan mencapai USD130 miliar pada tahun 2025 (Google & Temasek, 2019). Perkembangan pesat ekonomi digital di Indonesia disebabkan oleh arus investasi luar negeri yang signifikan; perkembangan kelas konsumen dengan cepat; penetrasi ponsel cerdas yang tinggi; dan evolusi infrastruktur pembayaran yang memfasilitasi pembelian daring (Commonwealth of Australia, 2018).

Industri digital bersifat lintas sektor termasuk pada retail; transportasi dan logistik; layanan perbankan; manufaktur; pertanian; pendidikan; layanan kesehatan; dan layanan penyiaran dan media (OECD, 2014). Dalam konteks ekonomi digital di Indonesia, dua sektor yang dominan adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*) pada sektor retail dan layanan keuangan daring melalui teknologi finansial (*financial technology* atau tekfin). Kedua sektor ini diprediksi akan menyediakan lebih dari 16,2 juta lapangan pekerjaan pada tahun 2020 (McKinsey, 2018; PwC, 2019).

Badan Pusat Statistik (BPS) (2019) memperkirakan ada 13.485 retail dan bisnis daring, baik formal maupun informal, dengan hampir 25 juta transaksi senilai Rp17,21 triliun (USD1,21 milyar)<sup>1</sup> di tahun 2018. Bisnis perdagangan elektronik didominasi oleh usaha-usaha mikro yang mempekerjakan 1-4 pegawai (84,21%), diikuti oleh usaha kecil dengan 5-19 pegawai (12,28%). Hanya 3,51% perusahaan perdagangan elektronik memiliki lebih dari 20 pegawai (Badan Pusat Statistik, 2019).

Bisnis perdagangan elektronik beragam. Terdapat perusahaan-perusahaan daring dengan spesialisasi retail *marketplace*, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, OLX, dan Lazada. Sementara itu, terdapat tempat jual-beli lainnya di platform media sosial dan pesan instan, seperti melalui

<sup>1</sup> Makalah ini menggunakan kurs tukar (kurs rata-rata antara Januari 2018 hingga Maret 2020): USD 1 = Rp14.247,68,-

---

Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Line. Perdagangan elektronik melalui media sosial menjangkau sekitar 160 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia. Para pengguna tersebut menghabiskan waktu rata-rata selama 3 jam 26 menit per hari di media sosial. Angka tersebut lebih tinggi dari angka rata-rata global, yaitu 2 jam 24 menit (We Are Social & Hootsuite, 2020).

Pada 2018, 19,52% transaksi daring terjadi di Instagram (Badan Pusat Statistik, 2019). Tingkat transaksi daring melalui Instagram tercatat tertinggi di Provinsi Aceh (39,49%), diikuti oleh Kalimantan Selatan (37,96%), dan Jambi (34,18%), sementara aktivitas di DKI Jakarta dan Banten lebih rendah dengan angka masing-masing 5,75% dan 12,46% (Badan Pusat Statistik, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial membantu bisnis daring, terutama untuk bisnis mikro dan informal di seluruh Indonesia agar dapat mengakses pasar.

Produk teknologi finansial (tekfin) juga telah berkembang pesat di Indonesia. Per Maret 2020, terdapat 299 perusahaan tekfin yang terdiri dari perusahaan penyedia pinjaman daring atau *e-lending* (53,85%); perusahaan inovasi keuangan digital (IKD) (29,8%); dan perusahaan pembayaran elektronik atau *e-payment* (16,39%) (lihat Lampiran 1). Ketersediaan berbagai produk tekfin memberikan lebih banyak opsi pinjaman dan pembayaran serta meningkatkan arus perbankan konsumen, terutama di daerah yang infrastruktur perbankan formalnya masih terbatas.

Pada sektor pembayaran, pembayaran saat barang diterima atau biasa disebut *Cash-on-Delivery* (COD) masih mendominasi metode pembayaran *e-commerce* (83,73%) (Badan Pusat Statistik, 2019), tetapi transfer uang elektronik naik 307% pada 2018 menjadi Rp47,2 triliun (USD3,31 miliar) (East Ventures, 2020, hlm.35). Angka tersebut menunjukkan bahwa teknologi keuangan tengah mengubah perilaku konsumen.

Pinjaman daring mencapai angka Rp102,53 triliun (USD7,20 miliar) di Indonesia sampai 31 Maret 2020, sebuah peningkatan sebesar 208,83% jika dibandingkan dengan Maret 2019 (OJK, 2020a). Industri *peer-to-peer* (P2P) *lending* telah membantu menghubungkan 640.233 pemberi pinjaman kepada lebih dari 24 juta peminjam di seluruh provinsi di Indonesia.

Asian Development Bank (ADB) (2017) mencatat bahwa inovasi digital pada sektor keuangan memiliki potensi untuk secara fundamental membantu pihak-pihak yang tidak terlayani oleh perbankan, terutama kelompok sosio-ekonomi yang paling miskin, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Laporan tersebut memperkirakan efek kumulatif dari akselerasi inklusi keuangan yang didorong secara digital dapat mendorong pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 2%-3%, yang dapat diwujudkan menjadi peningkatan pendapatan sebesar 10% pada masyarakat prasejahtera Indonesia dengan pendapatan kurang dari USD2 per hari. Pertumbuhan pesat tekfin didukung oleh pertumbuhan langganan layanan seluler, kolaborasi dengan platform digital lainnya (*e-commerce*, layanan kendaraan daring, dan logistik), dan pengembangan infrastruktur Teknologi Informasi (TI) serta identitas digital yang mendukung (Google & Temasek, 2019; PwC, 2019; East Ventures, 2020).

Kombinasi teknologi, inovasi, dan dinamika model bisnis telah memperluas jangkauan perusahaan tekfin pinjaman, terutama di daerah pedalaman, karena model ini tidak membutuhkan infrastruktur dan tidak memiliki hambatan penilaian risiko seperti pada penyedia pinjaman konvensional (ASB, 2017; PwC, 2019). Sebagai contoh, tekfin pinjaman membuat praktik akuntansi dan proses kredit menjadi digital.

---

Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan platform untuk berbagi data, alternatif pinjaman, dan data alternatif sebagai pengganti catatan perbankan formal (seperti catatan dompet elektronik dan akun transaksi untuk skoring kredit) (ADB, 2017, hlm.49). Bisnis retail tradisional mampu berekspansi melalui pinjaman daring bahkan tanpa catatan kredit konvensional dan jaminan. Hal ini telah menguntungkan khususnya pada populasi kelas bawah hingga menengah dan bisnis UMKM. Lebih dari 70% dari populasi tersebut tidak memiliki akses terhadap kredit konvensional. Pada 2018-2019, tekfin pinjaman memfasilitasi nilai tambah bruto untuk kegiatan produksi sekitar Rp45 triliun (USD3,16 miliar) dan nilai tambah bruto untuk konsumsi sebesar Rp35 triliun (USD2,46 miliar) (PwC, 2019).

“**Sebab transaksi digital dilakukan tanpa menginspeksi, menguji, atau mengevaluasi barang dan layanan sebelum transaksi, konsumen dituntut untuk memiliki literasi digital yang cukup untuk memahami syarat dan ketentuan dari transaksi elektronik dan pembayaran apa yang diperlukan.**”

Besarnya pertumbuhan produk dan layanan digital telah mendorong pemerintah, industri, dan konsumen untuk menyesuaikan dengan model bisnis yang baru. Sebab transaksi digital dilakukan tanpa menginspeksi, menguji, atau mengevaluasi barang dan layanan sebelum transaksi, konsumen dituntut untuk memiliki literasi digital yang cukup untuk memahami syarat dan ketentuan dari transaksi elektronik dan sistem pembayaran yang diperlukan. Literasi digital harus dibarengi dengan mekanisme pengaduan yang jelas dan efisien untuk memastikan konsumen yang terdampak atau mengalami kerugian dari transaksi digital memiliki akses pada mekanisme pemberian kompensasi atau ganti rugi. Pada prinsipnya, konsumen seharusnya memiliki pilihan untuk mengajukan aduan pada pihak pelaku usaha terkait, dan jika perlu, memprosesnya melalui berbagai jalur, seperti melaporkannya kepada pihak berwenang, penyelesaian di luar pengadilan (misalnya penyelesaian sengketa alternatif), dan juga litigasi. Hingga saat ini, upaya yang dilakukan masih terbatas dan mekanisme yang ada sangat jarang digunakan oleh konsumen di Indonesia.

Pada 2019, hanya ada 48 aduan terkait perdagangan elektronik yang tercatat di Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Pengaduan yang dibuat adalah terkait masalah data pribadi; penipuan; ketidakcocokkan/cacat antara barang yang dipesan dan yang diterima; proses pengembalian dana; pembajakan akun; masalah pelacakan dan layanan pengiriman; dan masalah transaksi lintas negara (YLKI, 2016; YLKI, 2018: Wawancara 2 & 8).

**Tabel 1.**  
**Komplain Konsumen pada E-Commerce dan Tekfin**

Sumber		2018	2019
BPKN	Perdagangan elektronik ( <i>e-commerce</i> )	3	12
	Tekfin	N/A	N/A
YLKI	<i>E-commerce</i> (belanja daring)	38	34
	<i>E-commerce</i> (transportasi daring)	2	2
	Tekfin pinjaman atau pinjaman daring ( <i>e-lending</i> )	81	96
	Tekfin pembayaran atau pembayaran elektronik ( <i>e-payment</i> )	8	8
OJK	Tekfin	N/A	1

Sumber: BPKN, YLKI (2020a), OJK

Perlindungan konsumen ekonomi digital sangat rumit dan melibatkan perlindungan data, keamanan siber, sistem pembayaran yang aman, dan literasi konsumen terkait kontrak dan transaksi digital. Statistik dari Patroli Siber mencatat 10.516 laporan termasuk 4.893 penipuan daring, 178 pencurian identitas/data, 537 pemerasan, dan 158 laporan pembajakan sistem elektronik pada Januari 2019 hingga April 2020 (Direktorat Tindak Pidana Siber, n.d.). Kerugian akibat kejahatan siber dan laporan unggahan ilegal tersebut diperkirakan mencapai Rp61,71 miliar (USD4,33 juta).

YLKI (2020a; 2020b) menerima 96 laporan tentang perusahaan pinjaman daring pada 2019 yang terkait dengan 54 perusahaan tekfin ilegal dan 17 perusahaan tekfin terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Masalah yang sering muncul adalah bunga pinjaman yang terlampaui tinggi, standar penagihan utang yang buruk, dan penggunaan data kontak pribadi tanpa izin (YLKI, 2020b). Hal tersebut terjadi meskipun OJK melarang tekfin untuk mengakses data internet ponsel, mikrofon, kamera, dan data lokasi melalui Peraturan OJK (POJK). Isu lain yang menjadi kekhawatiran pada pinjaman daring adalah kurangnya transparansi penentuan harga, aturan yang tidak jelas terkait denda dan biaya, kurangnya standar pemberian informasi (*disclosure*), dan buruknya sistem administrasi dan pembukuan yang dapat berdampak pada peminjam yang paling rentan (Suleiman, 2019).

Kerangka kerja regulasi yang jelas dan kolaborasi kuat antar pemangku kepentingan dibutuhkan untuk mengatur kebijakan yang melindungi konsumen sambil terus mendukung dan menjaga pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

# KERANGKA KERJA REGULASI UNTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN

## A. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Dasar hukum utama untuk perlindungan konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, atau dikenal juga dengan sebutan UU Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK bertujuan untuk melindungi konsumen dengan memetakan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, serta tanggung jawab pemerintah dan lembaga yang menangani perlindungan konsumen.

UU tersebut disahkan dengan waktu yang relatif singkat setelah Presiden Soeharto menandatangani *Letter of Intent* dengan *International Monetary Fund* (IMF) guna mendapatkan pinjaman pada tahun 1998 (Sudaryatmo, n.d). UUPK disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan lembaga eksekutif pemerintah hanya dalam 3-4 bulan (Shidarta & Koos, 2019; Wawancara 2). Banyak ahli menganggap UUPK cacat dari sudut pandang hukum dan bukan hukum<sup>2</sup> (Mahkamah Agung, 2006; Rosadi & Tahira, 2018; Shidarta & Koos, 2019; BPKN, 2012; Sudaryatmo, n.d.; Wawancara 2).

“Isu-isu spesifik terkait perdagangan elektronik, termasuk transaksi tanpa tatap muka; penggunaan internet; jumlah dan jenis data yang boleh dikumpulkan penyelenggara/penyedia jasa transaksi lintas negara; dan transaksi yang melibatkan produk digital dan layanan elektronik, tidak tercakup di dalam UUPK.”

Terlepas dari meluasnya produk dan layanan digital serta metode transaksi, UUPK masih belum mengakomodasi hak-hak konsumen dalam transaksi daring (Rosadi & Tahira, 2018; Nurdiansyah, n.d.; BPKN, 2018; Wawancara 2 & 8). Beberapa ketentuan pada UUPK dapat diaplikasikan untuk perdagangan elektronik (seperti hak kenyamanan dan keamanan untuk menggunakan barang dan/atau jasa), namun yang mencakup hak-hak khusus mengenai transaksi digital masih belum tercakup secara memadai. Misalnya, tidak ada ketentuan untuk perlindungan dan keamanan data, contohnya terkait teknik kriptografi atau kerahasiaan informasi (Rosadi & Tahira, 2018; Jumiati et al., 2017). Isu-isu spesifik terkait perdagangan elektronik, termasuk transaksi tanpa tatap muka; penggunaan internet; jumlah dan jenis data yang boleh dikumpulkan penyelenggara/penyedia jasa transaksi lintas negara; dan transaksi yang melibatkan produk digital dan layanan elektronik, tidak tercakup di dalam UUPK.

UUPK tidak secara eksplisit mengakui kontrak digital, tidak juga menjabarkan cara litigasi dan non-litigasi atau yurisdiksi<sup>3</sup> untuk penyelesaian perselisihan<sup>4</sup>, serta tidak juga menegaskan kontrak pembeli atau penjual mana yang mengikat. Selain itu, UUPK hanya berlaku untuk bisnis di bawah yurisdiksi Indonesia, sementara ekonomi digital Indonesia

<sup>2</sup> Praktisi dan peneliti hukum mengkritisi prosedur hukum, keabsahan perjanjian, pengaturan klausul standar, dan kesulitan mengonfirmasi identitas pengguna (Mahkamah Agung, 2006; Rosadi & Tahira, 2018; Bernada, 2016; Rahardjo, 2017). Selain itu, ada kekhawatiran perihal keamanan transaksi, transaksi lintas negara, liabilitas produk dan/atau layanan, serta pengaturan, institusional, konteks sosial dan budaya yang berdampak pada implementasi UUPK (Rosadi & Tahira, 2018; Shidarta & Koos, 2019).

<sup>3</sup> Ini terkait kelemahan UUPK mengenai *choice of law* dan *choice of forum* (lihat Septiansyah, 2017)

<sup>4</sup> Mekanisme Penyelesaian Sengketa Alternatif (*Alternative Dispute Resolution* atau ADR) tidak disebutkan di dalam UUPK mengingat mekanisme tersebut baru diperkenalkan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di area layanan keuangan dan transaksi elektronik pada UU OJK, UU Perdagangan dan PP PMSE.

memiliki jumlah transaksi lintas negara yang signifikan. Per Maret 2020, penyelenggara P2P *lending* Indonesia mencatat 20,71 juta akun pemberi pinjaman berasal dari luar negeri yang terdaftar di berbagai perusahaan penyedia pinjaman (OJK, 2020a). UUPK tidak memiliki ketentuan untuk mengkaji transaksi-transaksi lintas negara tersebut (Rohendi, 2015).

Fakta bahwa penjual dan pembeli tidak melakukan kontak sebelum transaksi memberikan penjual kuasa lebih besar untuk membuat ketentuan perjanjian, jika dibandingkan dengan transaksi dengan tatap muka langsung. Para pembeli hanya memiliki kapasitas tawar-menawar yang kecil (Barkatullah & Djumadi, 2018; Bramantyo & Rahman, 2019; Rizka, 2019). Ketika konsumen berada pada kondisi hanya bisa memilih untuk membeli atau *take it or leave it*, maka kecil kemungkinan kedua belah pihak menganggap perjanjian yang dibuat itu adil.

Mahkamah Agung melakukan analisis UUPK pada tahun 2006 setelah diminta oleh Departemen Perdagangan dan Perindustrian (sekarang sudah menjadi Kementerian Perdagangan atau Kemendag dan Kementerian Perindustrian atau Kemenperin) (Mahkamah Agung, 2006). Analisis yang dilakukan berkesimpulan bahwa UUPK memiliki masalah prosedural yang kemudian diselesaikan oleh Mahkamah Agung dengan memberlakukan Peraturan Mahkamah Agung (Perma) Nomor 1 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Banyak yang mengungkapkan kekhawatiran terkait isi dari UUPK. BPKN telah menyelenggarakan seminar dan diskusi kelompok terarah atau *focus group discussions* sejak 2011 dan telah mengajukan rekomendasi perubahan UUPK kepada pemerintah (BPKN, 2012; BPKN, 2018; Wawancara 8). Rekomendasi-rekomendasi tersebut termasuk revisi pasal tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha; mengklarifikasi tanggung jawab pelaku usaha dengan membedakan antara produk dan jasa; mereformasi wewenang BPKN untuk mengevaluasi dan mengawasi implementasi UUPK; serta mengelola data dan arus informasi di dalam transaksi elektronik (BPKN, 2012; BPKN, 2018).

Revisi UUPK termasuk di dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) tahun 2020–2024, tetapi tidak termasuk di dalam daftar pembahasan UU yang diprioritaskan pada tahun 2020. Kemendag telah berinisiatif untuk memulai pembahasan revisi UUPK, namun mengalami kendala untuk mengoordinasikan upayanya dengan kementerian lain (Wawancara 4, 8 & 10). BPKN (2019) menargetkan untuk memasukkan revisi UUPK ke dalam agenda prioritas dalam Prolegnas 2021, tetapi tanpa dukungan masyarakat luas, pembuat kebijakan tidak akan melihat sisi urgensi untuk melakukan revisi UUPK.

Revisi UUPK termasuk di dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) tahun 2020–2024, tetapi tanpa dukungan masyarakat luas, pembuat kebijakan tidak akan melihat sisi urgensi untuk melakukan revisi UUPK.

## B. Undang-Undang dan Peraturan *E-Commerce*

Komponen sistem perlindungan konsumen juga muncul pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) yang secara eksplisit menyebutkan bahwa kegiatan perdagangan sepatutnya menciptakan pertumbuhan ekonomi dan perlindungan konsumen.

UU Perdagangan mewajibkan bisnis daring untuk menyediakan informasi yang lengkap dan jelas sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi

---

Elektronik (UU ITE). Para pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi identitas dan legalitas pemilik usaha/produsennya; persyaratan teknis atau klasifikasi barang dan jasa yang ditawarkan; harga dan metode pembayaran; dan pengaturan pengiriman. Pelaku bisnis yang tidak memberikan informasi tersebut akan dikenai sanksi melalui pencabutan izin usaha. Akan tetapi, pada praktiknya, sanksi ini sulit untuk dijalankan karena penjual Indonesia kebanyakan adalah pengusaha mikro dan informal dengan pemahaman yang minim akan prosedur dan aturan perizinan. Terlebih lagi, pasal UU Perdagangan yang mengatur tentang transaksi elektronik tidak mengisi kekosongan dari UUPK terkait kontrak elektronik dan sengketa lintas negara.

Upaya lebih lanjut yang dibuat untuk melengkapi kerangka regulasi perdagangan elektronik adalah dengan pemberlakuan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), yang bertujuan untuk mengklarifikasi UU yang sudah ada serta regulasi yang spesifik untuk perdagangan elektronik. Peraturan tersebut mencakup tanggung jawab pelaku usaha terkait pengumpulan data transaksi; iklan elektronik; konfirmasi transaksi elektronik; perlindungan data pribadi; pembayaran elektronik yang aman; proses pengiriman; prosedur penukaran dan pembatalan; serta penyelesaian sengketa dalam perdagangan elektronik.

PP PMSE juga menjabarkan sanksi administratif terkait pelanggaran penyelenggaraan yang sudah diatur, seperti misalnya iklan yang tidak sesuai atau menyesatkan. Sanksi administratif sifatnya progresif, dimulai dengan peringatan tertulis, lalu dimasukkannya penyelenggara perdagangan ke dalam daftar prioritas pengawasan, dimasukkannya ke dalam daftar hitam, pemblokiran sementara layanan PMSE oleh instansi yang berwenang, dan akhirnya pencabutan izin usaha. Peraturan itu menutup kekurangan dari UUPK dan UU Perdagangan dengan memberikan konsumen daring hak untuk mengajukan pembatalan pembelian dari kontrak elektronik dalam masa tertentu, termasuk pengembalian barang dan pengembalian uang. Akan tetapi, peraturan tersebut tidak secara spesifik mengecualikan hak pengembalian barang dan pengembalian uang terkait barang-barang yang dipersonalisasi, barang yang bisa habis/mudah rusak, dan konten digital.

Masih ada beberapa masalah lagi terkait PP PMSE. Pertama, peraturan ini tampaknya tumpang tindih—dan bahkan kontradiktif—dengan peraturan yang sudah ada, seperti UU ITE dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) di bawah wewenang Kementerian Komunikasi dan Teknologi Informasi (Kemenkominfo); serta Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*. PP PMSE berbeda dengan peraturan-peraturan Kemenkominfo dalam ranah perlindungan data, konten ilegal, opsi domain, dan lokalisasi data.

**Mekanisme pelaporan ganti rugi dalam PP PMSE tidak konsisten dengan UUPK.**

Selanjutnya, mekanisme pelaporan ganti rugi dalam PP PMSE tidak konsisten dengan UUPK. UUPK menjelaskan bahwa pelaporan permintaan ganti rugi dapat dilaksanakan terutama melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan/atau pengadilan negeri, sementara PP PMSE menjelaskan pelaporan kerugian dilaksanakan melalui Kemendag. Akan tetapi, pelaporan ganti rugi melalui Kemendag belum memiliki mekanisme untuk memberikan kompensasi kepada konsumen melainkan hanya bisa mencabut izin usaha.

---

Masalah lain dengan PP PMSE adalah bahwa peraturan ini tidak memberikan sanksi kepada pelaku bisnis atas informasi produk yang tidak jelas dan salah, biaya dan pembayaran terselubung, atau pembobolan data. Namun, hal-hal tersebut hanya menyebabkan perjanjian elektronik tersebut menjadi tidak sah.

PP PMSE dikeluarkan setelah konsultasi yang minim dengan masyarakat dan sektor swasta (AmCham Indonesia, 2020; Wawancara 5 & 11), sehingga menyebabkan tantangan pelaksanaan bagi pelaku usaha di ekosistem digital karena tidak ada pertimbangan atas keragaman model bisnis, kapasitas dan skala usaha. Misalnya, peraturan mensyaratkan semua pelaku usaha untuk mengikuti proses rumit untuk mendapatkan izin usaha; perizinan teknis; pendaftaran perusahaan (Tanda Daftar Perusahaan); standardisasi barang dan jasa; kewajiban pembuatan kode etik bisnis (*business conduct*) atau perilaku usaha (*code of practices*); dan kewajiban-kewajiban lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Proses ini memberatkan, terutama untuk para pelaku usaha mikro.

Selain itu, masalah lainnya adalah bahwa PP PMSE menginstruksikan penyelenggara PMSE untuk memprioritaskan transaksi barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri, meningkatkan daya saing hasil produksi dalam negeri, dan memfasilitasi promosi barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri. Instruksi tersebut sulit untuk dilaksanakan, terutama untuk model bisnis konten buatan pengguna atau *User Generated Content* (UGC), seperti Tokopedia dan Bukalapak. Dalam model bisnis seperti ini, para pengguna adalah pihak yang mengatur produk mana yang terjual dan dipromosikan di dalam komunitas atau platform tersebut, tetapi PP PMSE menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab akan hal ini.

### C. Hukum dan Kebijakan Persaingan Usaha

Iklm persaingan usaha merupakan hal yang baik untuk konsumen. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan pengalaman konsumen dengan berinvestasi pada inovasi, keragaman produk dan jasa, serta produktivitas. Dalam lingkungan semacam ini, bisnis akan bertumbuh sementara konsumen menikmati harga yang lebih rendah, pilihan yang lebih banyak, dan kualitas produk dan layanan yang lebih baik.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bertujuan untuk “menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat” (Pasal 3a), namun tidak secara eksplisit menyebutkan perlindungan konsumen. Menegakkan UU ini adalah tanggung jawab Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), badan independen pemerintah yang melapor langsung ke Presiden.

KPPU tidak memiliki mandat khusus untuk melindungi konsumen Indonesia atau untuk menindaklanjuti pengaduan konsumen, maka dari itu tidak ada mekanisme yang mengizinkan pengaduan konsumen dijadikan indikasi monopoli atau praktik anti-persaingan. KPPU memandang persaingan sebagai penggerak inovasi dan layanan konsumen, KPPU juga memastikan agar pemerintah tetap berupaya untuk mencegah perilaku anti-persaingan. Secara spesifik ditulis bahwa “pada ekonomi digital, pemerintah dan pihak berwenang terkait persaingan usaha harus mengkaji tantangan-tantangan untuk melindungi dan memberdayakan konsumen di lingkungan daring yang kompleks dan berkembang pesat.” (KPPU, 2017, hlm. 19).

Korupsi, kebocoran, dan pembobolan data pembayaran dan data profil pengguna mengakibatkan konsumen lebih rentan terhadap penipuan, penggunaan data untuk tujuan iklan, bahkan monetisasi data secara ilegal.

#### D. Perlindungan Data Pribadi dan Keamanan Siber

Platform daring menawarkan produk dan layanan yang membutuhkan data konsumen untuk memaksimalkan layanannya, namun hal ini dapat meningkatkan risiko penyalahgunaan data tersebut. Konsumen sektor *e-commerce* dan tekfin rentan terhadap kejahatan siber termasuk *phishing* (penipuan yang mengambil informasi sensitif dari pengguna internet), penipuan transaksi, dan penipuan perbankan melalui internet (Banday & Qadri, 2007; Rahardjo, 2017). Korupsi, kebocoran, dan pembobolan data pembayaran dan data profil pengguna mengakibatkan konsumen lebih rentan terhadap penipuan, penggunaan data untuk tujuan iklan, bahkan monetisasi data secara ilegal. Risiko-risiko tersebut memperlihatkan dengan jelas bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital membutuhkan perlindungan data pribadi dan keamanan siber yang kuat.

Meskipun ada ketentuan dalam UU ITE, belum ada UU yang secara spesifik mengatur perlindungan data, otoritas data, dan masalah keamanan siber lainnya yang dibuat dalam sebuah kerangka umum data pribadi yang jelas. Apalagi, inisiatif pemerintah selama ini cenderung tidak terkoordinasi dengan baik dan bersifat pasif (UNCTAD, 2019b; Rahardjo, 2017). Saat ini, perlindungan data pribadi diatur dalam 32 UU yang berbeda serta peraturan dan regulasi turunannya. Cakupan yang rumit tersebut menghambat efektivitas penegakkannya. Terlebih lagi, peraturan tentang keamanan siber hanya ada untuk sektor pertahanan, tetapi tidak untuk sektor komersial, sektor publik, dan penggunaan secara umum.

RUU Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) dan RUU Keamanan dan Ketahanan Siber (RUU Siber) tengah dibahas oleh lembaga legislatif dan eksekutif dalam Prolegnas tahun 2020-2024. RUU PDP adalah RUU privasi yang komprehensif pertama di Indonesia. Di dalamnya termasuk prinsip perlindungan data; hak-hak pemilik data; tanggung jawab pengendali, prosesor, dan pihak ketiga terkait data pribadi; ketentuan pemrosesan dan transfer data pribadi; pelarangan, pengecualian, dan sanksi; serta peran pemerintah.

RUU Keamanan dan Ketahanan Siber mencakup prinsip keamanan siber; penyelenggara keamanan dan ketahanan siber; pengaturan tata kelola keamanan dan ketahanan siber; mitigasi risiko dan respons ancaman siber; standar dan pelaksanaan siber; kompensasi serangan siber; peran Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN); dan pelarangan, penegakan hukum, serta pemberian sanksi. RUU ini juga mencakup berbagai kewajiban sertifikasi, akreditasi, dan perizinan untuk pelaku usaha melalui BSSN. Akan tetapi, RUU ini tidak mencakup tentang kebutuhan kerja sama lintas sektor, namun terfokus pada wewenang BSSN.

#### D. Regulasi Terkait Tekfin

Pada sektor perbankan, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menetapkan OJK sebagai badan yang bertanggung jawab untuk mengawasi pasar keuangan dan melindungi konsumen pada lembaga jasa keuangan. Bab tentang perlindungan konsumen memberikan mandat kepada OJK untuk memberikan edukasi kepada konsumen, mencegah pelanggaran hak-hak konsumen, menyediakan mekanisme pengaduan konsumen, dan menyediakan bantuan legal atau pembelaan untuk sengketa konsumen pada pasar keuangan.

---

Sejak saat itu, OJK membentuk pusat informasi konsumen, panduan untuk penyelesaian sengketa sektor keuangan baik secara internal (*Internal Dispute Resolution*), maupun melalui institusi penyelesaian sengketa alternatif (*Alternative Dispute Resolution* atau ADR) yaitu berupa mediasi, adjudikasi, dan arbitrase melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS). LAPS, di bawah pengawasan OJK, dapat dibentuk baik oleh lembaga jasa keuangan yang dikoordinasikan dengan asosiasi sektoral, melalui kolaborasi antara asosiasi lembaga jasa keuangan, atau merupakan lembaga yang menjalankan fungsi *self-regulatory organization*. Layanan LAPS bisa gratis untuk tuntutan finansial bernilai kecil, yang besaran nilainya disesuaikan dengan ketentuan masing-masing LAPS. Dengan mendorong penyelesaian sengketa secara internal antara lembaga jasa keuangan dan konsumen, serta ADR melalui LAPS, OJK menyediakan pilihan bagi konsumen dan lembaga jasa keuangan untuk menyelesaikan sengketa dengan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah daripada jika hanya bergantung pada proses di pengadilan. Enam LAPS telah diakui secara resmi oleh OJK sejak 2016.

Untuk mengatur tekfin pada sektor pinjaman daring *peer-to-peer* (P2P) dan inovasi keuangan digital, OJK menetapkan Peraturan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (POJK P2P *Lending*) dan Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan (POJK IKD). Kedua peraturan tersebut menjelaskan peran asosiasi tekfin; menetapkan standar fundamental perlindungan konsumen, terutama pengungkapan dan transparansi informasi tentang produk dan jasa; perlakuan yang tidak diskriminatif; penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen; keandalan layanan dan pencegahan penipuan; dan perlindungan data pribadi serta keamanan siber. Akan tetapi, ketimpangan yang dapat mengganggu perlindungan konsumen dalam ranah tekfin ada pada lingkup regulasi, terutama terkait perkembangan terbaru di industri tekfin seperti model pemberian pinjaman yang baru (Suleiman, 2019, hlm. 36).

Peraturan-peraturan OJK mencakup semua sektor tekfin kecuali pembayaran elektronik, yang diregulasi oleh Bank Indonesia (BI) melalui Peraturan BI Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran dan Peraturan BI Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Bank Indonesia mewajibkan seluruh platform pembayaran elektronik untuk menyediakan sistem pembayaran yang aman, namun hal tersebut tumpang tindih dengan wewenang OJK yang bertugas mengawasi lembaga-lembaga keuangan seperti yang diatur di dalam UU OJK. Tanpa koordinasi yang kuat, maka kewenangan kedua institusi menjadi tumpang tindih dan akhirnya tanggung jawab ini akan lebih mudah untuk terabaikan.

# KERANGKA KERJA INSTITUSIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN

## A. Koordinasi Lintas-Sektor

Kebijakan perlindungan konsumen Indonesia di sektor *e-commerce* dan tekfin membutuhkan koordinasi dan upaya yang kuat antar beberapa kementerian dan lembaga (K/L) terkait, termasuk Kementerian Perdagangan (Kemendag), Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), Kementerian Komunikasi dan Teknologi Informasi (Kemenkominfo), Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenko Perekonomian), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bank Indonesia (BI). Dalam upaya koordinasi lintas sektor, pemerintah Indonesia mengeluarkan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas-PK) melalui Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017. Dikoordinasikan oleh Kemendag dan Bappenas, Stranas-PK mencakup target dan arah kebijakan, strategi, dan sektor prioritas untuk implementasi perlindungan konsumen. Setelah inisiatif yang pertama dibentuk untuk periode tiga tahun (2017-2019), Stranas-PK selanjutnya dimaksudkan untuk dibuat setiap lima tahun.

Stranas-PK 2017-2019 diformulasikan sebagai Aksi Nasional Perlindungan Konsumen yang mengacu pada Instruksi Presiden tahunan. Instruksi Presiden kemudian harus diterjemahkan dan diimplementasikan oleh berbagai K/L terkait. Perkembangannya dimonitor melalui pelaporan setiap enam bulan. Terlepas dari itu, implementasi Stranas-PK menghadapi tantangan-tantangan yang disebabkan kurangnya perencanaan, koordinasi, konsultasi, dan evaluasi implementasi perlindungan konsumen.

Secara umum, analisis kebijakan, pengambilan keputusan, dan koordinasi tidak dilakukan secara runtut di Indonesia (Blomkamp et al., 2017). Kemenko Perekonomian mencoba untuk mencari solusi untuk hal tersebut dengan mengadakan Forum Perlindungan Konsumen (Forum PK) setiap 1-2 bulan sekali, dengan melibatkan berbagai K/L terkait dengan tuan rumah yang ditentukan secara bergantian (Kemenko Perekonomian, 2019; Wawancara 4 & 8). Kompleksnya UU dan peraturan dari pembuat kebijakan yang tumpang tindih dan terkadang kontradiktif (lihat Lampiran 2) memperburuk tantangan yang harus dihadapi karena tidak terkoordinasi dengan baik. Ketika wewenang, tanggung jawab, dan implementasi UU dan peraturan tidak dengan jelas dijabarkan pada K/L terkait, maka ada risiko K/L tersebut akan menginterpretasikannya secara berbeda-beda. Apalagi, pemangku kebijakan sektoral umumnya disibukkan dengan prioritas kebijakan dan sasaran sektoral daripada mengkaji masalah perlindungan konsumen secara lintas sektoral (UNCTAD, 2019b; Wawancara 2, 8 & 10). Walaupun implementasi Stranas-PK cenderung lambat, Stranas-PK 2020-2024 tengah dirancang untuk memperbarui konteks yang sudah ada serta memasukkan topik ekonomi digital.

Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map *E-Commerce*) 2017-2019 (Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017) merupakan upaya lain untuk menyeleraskan peraturan di sektor perdagangan elektronik, termasuk perlindungan konsumen. Komite Pengarah yang melibatkan 19 institusi pemerintah bertanggung jawab untuk mengimplementasikan peta jalan tersebut dan melaporkannya kepada Presiden setiap enam bulan sekali.

Komite Pengarah telah mencapai dua dari tiga target perlindungan konsumen: memberlakukan peraturan perdagangan elektronik dan mengembangkan Gerbang Pembayaran Nasional (GPN). Target yang belum tercapai adalah meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen melalui kerangka kerja hukum yang komprehensif dan mengakomodasi sertifikasi elektronik, proses akreditasi, dan penyelesaian sengketa daring atau *Online Dispute Resolution* (ODR). Layaknya Stranas-PK, peta jalan *e-commerce* telah gagal untuk mengoordinasikan K/L terkait. Namun, tidak seperti Stranas-PK, peta jalan ini tidak menjelaskan mekanisme pembaruan atau tindak lanjut. Hasilnya, pembuatan peta jalan baru yang awalnya ditargetkan untuk berlaku di tahun 2019, belum didiskusikan secara ekstensif oleh institusi pemerintah terkait.

## B. Lembaga-Lembaga Perlindungan Konsumen

UUPK memberikan mandat pembentukan tiga badan non-pemerintah untuk memastikan perlindungan konsumen: Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN); Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM); dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). UUPK memberikan mandat bahwa LPKSM dan BPSK didirikan di tingkat kabupaten/kota, akan tetapi, UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah mengatur bahwa pendanaan dan pengawasan merupakan kewajiban pemerintah provinsi. Pembentukan badan-badan tersebut mendelegasikan kuasa kepada lembaga berdasarkan UUPK (BPKN) dan yurisdiksi daerah (LPKSM dan BPSK).

BPKN adalah pemegang wewenang independen yang secara langsung bertanggung jawab kepada Presiden untuk memformulasikan dan merekomendasikan kebijakan perlindungan konsumen. Awalnya, BPKN disetujui untuk menerima alokasi dana sebesar Rp25 miliar (USD1,75 juta) dalam APBN tahun 2020, tetapi hanya Rp22 miliar (USD1,54 juta) yang dapat dicairkan dengan alasan efisiensi (Wawancara 8). Meskipun ada pemberlakuan peraturan BPKN yang baru (Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang BPKN), anggaran BPKN masih dititipkan pada Kemendag. Kendala anggaran tersebut membatasi BPKN untuk mengembangkan program edukasi dan sosialisasi serta sistem manajemen pengetahuan untuk menyediakan informasi yang relevan kepada konsumen (Wawancara 8).

Pada 2005 hingga April 2020, pemerintah hanya memberikan tanggapan pada 41 dari 186 rekomendasi BPKN yang diadopsi dalam bentuk peraturan pemerintah (BPKN, n.d.; Wawancara 8). Sementara itu, rekomendasi yang lainnya belum menerima tanggapan resmi dari lembaga pemerintah yang bertanggung jawab. Di 2019 saja, BPKN memberikan 20 rekomendasi di sembilan sektor, termasuk tentang ekonomi digital, tetapi hanya tujuh yang sudah didiskusikan oleh institusi terkait (Wawancara 8). Pemangku kebijakan sektoral tidak diwajibkan untuk merespons rekomendasi BPKN.

Negara berkembang seperti Indonesia umumnya menghadapi tantangan untuk mengelola kelas konsumen yang berkembang cepat dan terpapar risiko perlindungan konsumen yang tidak efektif. Koordinasi terbatas antara kementerian dan lembaga terkait menyulitkan upaya mendisiplinkan pelaku bisnis dan juga pembentukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Di saat yang sama, BPKN dan pemangku kepentingan terkait lainnya (termasuk asosiasi konsumen atau LPKSM) menghadapi batasan yang mengurangi kemampuan mereka untuk meningkatkan literasi konsumen dengan kecepatan yang cukup guna menyiapkan konsumen

menghadapi cepatnya pertumbuhan akses barang dan jasa melalui ekonomi digital (Pangestu & Dewi, 2017; Purbo, 2017). Lebih lanjut, LPKSM dan BPSK yang bertanggung jawab meningkatkan literasi konsumen di tingkat daerah tidak ada di semua wilayah. Hanya 66,7% kabupaten/kota yang memiliki BPSK dan hanya 65,5% dari BPSK tersebut yang beroperasi pada tahun 2017 (Bappenas, 2017).

**Konsumen Indonesia mengetahui sebagian dari hak dan kewajiban mereka tetapi tidak menggunakan pengetahuannya tersebut untuk menentukan pilihan konsumsi mereka atau untuk memperjuangkan hak-hak mereka sebagai konsumen.**

Menurut Indeks Literasi Keuangan<sup>5</sup> dan Indeks Inklusi Keuangan<sup>6</sup>, kinerja Indonesia telah membaik antara tahun 2013 dan 2019, akan tetapi meningkatnya kesenjangan antara dua indeks tersebut mengindikasikan bahwa proliferasi produk keuangan meningkat lebih cepat daripada kemajuan literasi konsumen. Artinya, konsumen menggunakan produk keuangan tanpa benar-benar mengerti syarat dan ketentuannya, misalnya terkait tingkat suku bunga pinjaman daring. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK)<sup>7</sup> yang dipublikasikan oleh Kementerian Perdagangan berada di angka 40,41 dengan skala 0 mengindikasikan konsumen tidak merasa diberdayakan hingga 100 yang mengindikasikan konsumen merasa sangat diberdayakan. Skor tersebut bahkan lebih rendah di beberapa wilayah, seperti Gorontalo (22,89) dan Maluku Utara (23,14). Indeks secara nasional Indonesia jauh di bawah Uni Eropa (51,31), Malaysia (56,9), dan Korea Selatan (64) (IPB, 2019). Itu berarti, konsumen Indonesia mengetahui sebagian dari hak dan kewajiban mereka tetapi tidak menggunakan pengetahuannya tersebut untuk menentukan pilihan konsumsi mereka atau untuk memperjuangkan hak-hak mereka sebagai konsumen. Capaian rendah dalam indeks ini adalah akibat dari pengetahuan peraturan dan kewajiban konsumen yang minim; kurangnya kesadaran atas keberadaan lembaga konsumen; perilaku membeli tanpa informasi; dan enggan untuk menyampaikan pengaduan (Bappenas, 2017; IPB, 2019). Hasil yang serupa juga didapat dari Indeks Keberdayaan Konsumen ASEAN (ASEAN Consumer Empowerment Index atau ACEI), yang dijadwalkan untuk terbit pada Mei 2020.

Tingkat literasi konsumen yang rendah akan diupayakan untuk diatasi dengan memasukkannya ke dalam agenda Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), yaitu rencana lima tahun yang dibuat oleh pemerintah Indonesia. RPJMN 2020-2024 diberlakukan pada Januari 2020 melalui Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 dan memasukkan proyek prioritas strategis ekonomi digital. Transaksi perdagangan elektronik ditargetkan mencapai Rp260 triliun (USD18,25 miliar) pada tahun 2020 dan Rp600 triliun (USD42,11 miliar) pada tahun 2024, atau sebesar 4,7% dari PDB. Pemerintah berencana mengandalkan teknologi digital untuk meningkatkan industri yang berbasis konten dan merencanakan mekanisme bantuan sosial secara digital. Proyek ekonomi digital pada RPJMN secara bersamaan bertujuan untuk meningkatkan digitalisasi di daerah pedesaan serta untuk membangun infrastruktur keamanan siber (Tabel 2).

<sup>5</sup> OJK (2013) mendefinisikan Indeks Literasi Keuangan sebagai indikator yang menunjukkan tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan dan produk serta layanan mereka. Indeks tersebut juga memberikan informasi tentang tingkat kesadaran masyarakat akan fitur, keuntungan dan risiko, serta hak dan tanggung jawab mereka sebagai pengguna produk dan layanan keuangan. OJK menghitung indeks tersebut dengan melakukan Survei Nasional yang dilaksanakan dengan melibatkan responden dari 34 provinsi.

<sup>6</sup> Dalam Survei Nasional OJK (yang dilaksanakan bersama Indeks Literasi Keuangan), Indeks Inklusi Keuangan mengukur akses responden pada produk dan layanan keuangan.

<sup>7</sup> IKK mengukur kepekaan konsumen dan pemahaman hak dan kewajiban mereka, serta kemampuan untuk berinteraksi dengan pasar. Indikator yang ada termasuk pencarian informasi; pengetahuan UU Perlindungan Konsumen dan lembaganya; preferensi dan pilihan; perilaku membeli; preferensi untuk produk lokal; kebiasaan untuk mengemukakan pendapat; dan perilaku pengaduan. Berdasarkan skor IKK, konsumen dikategorikan sebagai "sadar" (IKK 0,0 - 20,0), "mengerti" (IKK 20,1 - 40,0), "mampu" (40,1 - 60,0), "kritis" (IKK 60,1 - 80,0), atau "berdaya" (IKK 80,1 - 100,0) (Kemendag, n.d.; IPB, 2019).

**Tabel 2.**  
**Proyek Prioritas Strategis Terkait Ekonomi Digital**

Proyek Prioritas Strategis	Ekonomi Digital
No. 1: Industri 4.0 di lima sub-sektor prioritas	Pemanfaatan teknologi digital sangat besar untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing industri berbasis konten
No. 18: Integrasi bantuan sosial menuju skema perlindungan sosial menyeluruh	Pelaksanaan digitalisasi bantuan sosial serta menyukseskan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan mendukung <i>Industry 4.0</i>
No. 26: Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk mendukung transformasi digital	Peningkatan akses digital di 5.052 daerah pedalaman (283 lokasi unit transmisi)
No. 40: Penguatan <i>National Security Operation Center</i> (NSOC) – <i>Security Operation Center</i> (SOC) dan pembentukan 121 <i>Computer Security Incident Response Team</i> (CSIRT)	Ketetapan laporan informasi keamanan siber dan pengaduan keamanan siber. Integrasi dan sharing data informasi antar stakeholder terkait (baik pemerintah, swasta, dan komunitas siber lainnya).

Sumber: Lampiran II Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020

RPJMN<sup>8</sup> menetapkan target bagi Kemendag hingga tahun 2024 untuk melakukan pembinaan dan edukasi terhadap 6.500 konsumen, 500 pelaku usaha, dan 330 sumber daya manusia (SDM) lembaga perlindungan konsumen setiap tahunnya melalui Program Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. Anggaran untuk program ini adalah Rp95,9 miliar (USD6,73 juta), hampir empat kali lipat anggaran tahunan BPKN saat ini.

Materi pelatihan yang komprehensif dan mekanisme perlindungan konsumen yang efektif perlu dirancang sebelum pelaksanaan program ini.

### C. Keterlibatan Sektor Swasta dalam Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen seharusnya tidak dipandang sebagai beban untuk pertumbuhan perusahaan. Inovasi digital menyediakan kesempatan usaha, namun kurangnya perlindungan konsumen dan praktik-praktik yang tidak etis dapat merusak kredibilitas perusahaan dan basis konsumen pada usaha tersebut (ASEAN, 2020).

Motif untuk mendapatkan profit telah mendorong industri digital untuk melindungi konsumen meskipun dengan intervensi minim dari pemerintah. Beberapa penyelenggara jual beli daring mensyaratkan penjual untuk merespons pengaduan konsumen kurang dari 24 jam serta menyediakan waktu tambahan untuk

Inovasi digital menyediakan kesempatan usaha, namun kurangnya perlindungan konsumen dan praktik-praktik yang tidak etis dapat merusak kredibilitas perusahaan dan basis konsumen pada usaha tersebut.

<sup>8</sup>Lampiran III Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020, hlm. 090.B.15

---

permintaan pengembalian barang/uang saat Tahun Baru Imlek. Kebanyakan operator dan penjual memahami bahwa kepuasan konsumen akan membantu mengembangkan layanan usaha mereka. Regulasi mandiri (*self-regulation*) di sektor swasta memberikan kontribusi terhadap perlindungan hak konsumen digital, dan itu sesuai dengan peraturan yang ada (Barkatullah & Djumadi, 2018).

Pada perdagangan elektronik, kebanyakan aduan konsumen ditangani oleh layanan konsumen milik pelaku usaha dan/atau penyelenggara pihak ketiga. Asosiasi bisnis seperti Asosiasi E-Commerce Indonesia atau *Indonesian E-Commerce Association* (idEA), meminta para anggotanya untuk menyediakan layanan pengaduan, meskipun hanya melalui layanan pesan instan seperti pada perusahaan-perusahaan *e-commerce* yang baru berdiri (Wawancara 6). Contoh lain adalah Google yang mengelola sistem laporan aduan pengguna untuk mendeteksi konten dan iklan yang dilarang serta mencegah eksploitasi pengguna mereka. Google memblokir hampir 600 aplikasi yang menggunakan *adware plugins* yang digunakan untuk mengirimkan iklan secara agresif kepada para pengguna di tahun 2020 (Bjorke, 2020). idEA dan *Indonesian Digital Association* (IDA) telah mengkaji beberapa masalah perlindungan konsumen bahkan sebelum diregulasi oleh pemerintah, misalnya terkait penghapusan konten atau produk ilegal serta iklan agresif di *e-commerce* (idEA, 2018; Wawancara 5, 6 & 12).

Dalam sektor perdagangan elektronik dan tekfin di Indonesia terdapat empat asosiasi utama yang bekerja dekat dengan pemerintah: *Indonesian E-Commerce Association* (idEA); Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH); Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI); dan Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI). Tiga asosiasi yang disebutkan terakhir merupakan asosiasi tekfin.

idEA belum memiliki kode etik internal karena para anggota menggunakan model bisnis yang berbeda dan praktik usaha yang bervariasi (Wawancara 6). Akan tetapi, asosiasi tekfin telah menetapkan kode etik internal untuk anggota mereka yang didukung oleh OJK dan setiap kelompok kerja atau *working groups* asosiasi-asosiasi tersebut (Wawancara 7, 9 & 10). Kode etik kebanyakan berfokus untuk memastikan perlindungan konsumen, perlindungan data, dan inklusi keuangan (AFTECH, 2018; Wawancara 9).

Peraturan OJK Nomor 77 Tahun 2016 (POJK P2P *Lending*) mengizinkan AFPI untuk mengatur kebijakan pada para anggotanya. AFPI memberikan batasan biaya peminjaman atau bunga flat sebesar 0,8% per hari dan total biaya peminjaman serta penalti maksimum adalah 100% dari nilai modal pinjaman. Asosiasi ini juga menyediakan sistem pengaduan konsumen melalui *call center*, situs, dan e-mail untuk melaporkan pelanggaran kode etik. AFPI juga menyediakan platform untuk berbagi data di industri ini yang bernama *Fintech Data Center* (FDC) untuk mengukur kelayakan kredit konsumen tanpa mengakses data sensitif di telepon genggam mereka. FDC dikumpulkan oleh para anggota AFPI untuk mendeteksi dan mencegah konsumen prospektif untuk mempunyai pinjaman terlalu banyak melalui banyak platform pemberi pinjaman P2P. Pengumpulan dan akses data melewati proses verifikasi e-KYC (*know your customer*) dan dibatasi terhadap data pribadi konsumen, seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Kartu Tanda Penduduk (KTP), dan kelayakan kredit peminjam.

AFPI, AFTECH, dan AFSI juga menyepakati kode etik bersama yang berlaku untuk semua anggota dari ketiga asosiasi tersebut (AFTECH, 2019). Kode etik bersama tersebut mencakup standar dan

---

panduan untuk pedoman pelaksanaan usaha yang bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen; perlindungan data pribadi dan privasi; mitigasi risiko siber; dan mekanisme penanganan pengaduan (AFTECH, 2019). Kode etik menyelaraskan peraturan untuk model bisnis tekfin yang berbeda-beda dan mengatasi beberapa ketentuan di dalam POJK P2P *Lending* yang tidak relevan bagi tekfin berbasis syariah (AFTECH, 2019). OJK telah memfasilitasi pendekatan berbasis pedoman dan kolaborasi dengan mengakui asosiasi-asosiasi terkait sebagai pusat kolaborasi (PwC, 2019).

#### D. Masalah Pengaduan dan Jalur Penyelesaian Sengketa

Mayoritas aduan konsumen ditangani oleh sektor swasta, tetapi konsumen membutuhkan jalur pengaduan dan penyelesaian sengketa yang jelas dan lebih dari yang disediakan oleh platform. Dalam kerangka institusi saat ini, konsumen diberikan berbagai jalur pengaduan yang tidak terkoordinasi di antara lembaga pemerintah (lihat Lampiran 3) dan konsumen harus mengidentifikasi sendiri lembaga mana yang bertanggung jawab untuk menangani pengaduan mereka. Kondisi tersebut kemungkinan besar adalah salah satu penyebab rendahnya pengaduan melalui jalur pemerintah (diilustrasikan dalam Tabel 1).

**Dalam kerangka institusi saat ini, konsumen diberikan berbagai jalur pengaduan yang tidak terkoordinasi di antara lembaga pemerintah.**

Pada Hari Konsumen Nasional 2018, Kemendag meresmikan portal satu pintu untuk mengelola pengaduan dan konsultasi konsumen yang melibatkan sembilan kementerian (Kemendag, n.d.; Kemenkominfo, 2018). Di tahun yang sama, portal tersebut menerima 1.771 pengaduan, yang langsung diarahkan ke kementerian terkait untuk ditindaklanjuti (UNCTAD, 2019b). Sayangnya, portal tersebut ditutup pada tahun 2019 karena lemahnya koordinasi antar institusi pemerintah yang menangani, terutama dalam mengelola server (Wawancara 4).

Ketika komunikasi antara pelaku bisnis dan konsumen tidak membuahkan solusi, pengaduan umum bisa ditingkatkan ke BPSK, sementara sengketa layanan keuangan dapat diarahkan ke LAPS untuk upaya non-litigasi seperti mediasi, arbitrase, dan rekonsiliasi.

Ketika upaya non-litigasi juga tidak membuahkan hasil, BPSK atau LAPS dapat mengeskalasi aduan ke pengadilan negeri, sementara pengadilan Acara Gugatan Sederhana dapat dimanfaatkan untuk sengketa sederhana dengan nilai transaksi di bawah Rp200 juta (USD14.037). Akan tetapi, mekanisme litigasi ini sangat tidak sesuai untuk transaksi digital karena prosesnya tetap mensyaratkan penggugat dan tergugat berdomisili di wilayah yurisdiksi yang sama, sementara kebanyakan transaksi digital dilakukan lintas wilayah.

Sistem pengadilan elektronik Indonesia (E-Court) di bawah Mahkamah Agung, dapat menawarkan solusi tetapi prosesnya mensyaratkan kehadiran fisik di pengadilan yang akhirnya menambah biaya dan hambatan untuk digunakan. Meskipun demikian, E-Court tetap menjadi pilihan yang terbaik—jika dibandingkan dengan pengadilan konvensional, E-Court hanya mensyaratkan

kehadiran di empat dari 15 sesi pertemuan dan persidangan. Selain mensyaratkan kehadiran fisik, hanya pengacara yang sudah terdaftar yang bisa mengajukan tuntutan daring di situs E-Court. Ke depannya, ada rencana untuk membuat pengajuan tuntutan dapat dilakukan secara daring oleh masyarakat umum yang bukan pengacara (Mahkamah Agung, n.d.). Untuk saat ini, masyarakat umum yang bukan pengacara harus pergi ke meja pendaftaran khusus E-Court di pengadilan negeri tingkat kabupaten/kota untuk mengajukan litigasi. Meskipun ada tantangan dalam penggunaan sistem E-Court, sistem tersebut adalah sebuah mekanisme dengan kelebihan yang belum tersentuh oleh konsumen untuk mekanisme penyelesaian sengketa.

Sistem Informasi Pengaduan Konsumen Nasional (SiPENA) saat ini tengah dikembangkan oleh Kemendag dan BPKN. SiPENA dirancang untuk menjadi mekanisme pengaduan satu pintu untuk konsumen yang akan mengintegrasikan mekanisme pengaduan beberapa operator *e-commerce* (Wawancara 4 & 8). SiPENA direncanakan akan mengumpulkan dan mengintegrasikan data dari beberapa kementerian, lalu meneruskan pengaduan yang belum terselesaikan ke BPSK atau pengadilan negeri (Wawancara 8).

**Gambar 1.**  
**Mekanisme Prototipe SiPENA**



Sumber: Wawancara 4 & 8 (2020).

## REKOMENDASI

Indonesia diuntungkan dengan adanya pertumbuhan pesat sektor perdagangan elektronik dan tekfin, tetapi pertumbuhan ini tidak dapat dimaksimalkan karena lemahnya perlindungan konsumen. Dukungan yang tidak mencukupi untuk perlindungan konsumen mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap ekonomi digital. Dukungan dan perlindungan hak-hak konsumen digital tidak hanya memainkan peranan penting dalam memastikan kesejahteraan dan kondisi masyarakat Indonesia—namun juga penting untuk mengelola kemampuan bersaing perusahaan-perusahaan *e-commerce* di Indonesia.

Agar dapat memperkuat kerangka regulasi dan institusi untuk perlindungan konsumen, pemerintah sebaiknya mempertimbangkan beberapa rekomendasi berikut:

### 1. Meningkatkan kerangka hukum untuk ekonomi digital

#### Merevisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Rencana revisi UUPK harus memastikan bahwa konsumen memiliki tingkat perlindungan yang konsisten untuk transaksi langsung maupun daring. Pada *e-commerce*, pihak ketiga sebagai penghubung memainkan peran penting dalam menengahi sengketa dan memfasilitasi ganti rugi antara pelaku usaha dan konsumen, dibandingkan dengan transaksi langsung. UUPK tidak mengakui peran pihak ketiga, maka penting untuk memasukkan peran mereka ke dalam revisi yang akan dilakukan.

Terlebih lagi, revisi UUPK harus mengkaji penjualan kembali (*reselling*) secara daring; penggunaan internet secara umum; aturan pengumpulan data; ketentuan yang adil untuk kontrak elektronik; transaksi konsumen dengan konsumen atau disebut *consumer-to-consumer* (C2C); transaksi lintas negara; dan transaksi produk digital seperti perangkat lunak dan media. Pemerintah harus mengisi kekosongan yang ada pada PP PMSE, mengecualikan produk yang dipersonalisasi dan bisa habis/mudah rusak dari kebijakan pengembalian, serta melonggarkan persyaratan perizinan yang rumit dan berat untuk dijalankan oleh perusahaan-perusahaan mikro.

Revisi UUPK harus diselesaikan secepat mungkin agar dapat menjawab pertumbuhan ekonomi digital yang telah melampaui kemampuan kapasitas pemerintah dan desakan masalah yang muncul dari adanya celah hukum dan bukan hukum. Panduan internasional dan regional serta praktik terbaik, dari ASEAN dan rekan global lainnya, harus dipertimbangkan saat berkonsultasi dan saat proses perancangan.

“Revisi UUPK harus diselesaikan secepat mungkin agar dapat menjawab pertumbuhan ekonomi digital yang telah melampaui kemampuan kapasitas pemerintah dan desakan masalah yang muncul dari adanya celah hukum dan bukan hukum.”

## Mengeluarkan regulasi untuk menciptakan lingkungan digital yang aman

Perlindungan konsumen digital membutuhkan perlindungan data pribadi dan keamanan siber. Pihak legislatif dan eksekutif harus mencari masukan substansial dan memprioritaskan RUU Perlindungan Data Pribadi dan juga RUU Keamanan dan Ketahanan Siber, yang keduanya sudah termasuk di dalam Prolegnas prioritas pada periode 2020-2024.

RUU Perlindungan Data Pribadi harus ditetapkan dengan standar yang tinggi sehingga mampu mengakomodasi perlindungan data untuk memastikan persetujuan pengguna, keamanan data, dan transparansi. RUU tersebut harus menetapkan standar yang realistis untuk pelaku usaha maupun konsumen yang:

- berdasarkan skenario risiko dan keuntungan dari perlindungan data (pendekatan berbasis risiko atau *risk-based approach*);
- menyediakan platform kolaboratif di industri ini yang digunakan untuk menghubungkan, mensosialisasikan, mempromosikan, dan mengizinkan diskusi, inisiatif, dan respons bersama untuk masalah kepatuhan (kepatuhan kolaboratif); dan
- melindungi *Personally Identifiable Information* (PII), seperti nama, detail kontak, dan tanggal lahir. Perlindungan data lainnya perlu direkonsiliasi dengan penggunaan data resmi untuk mendorong inovasi. Aliran, penggunaan, dan transfer data diperlukan untuk memastikan pengembangan bisnis, tetapi hal tersebut sebaiknya jangan sampai mengurangi perlindungan data pribadi dan privasi.

RUU Perlindungan Data Pribadi mengacu pada Regulasi Umum Perlindungan Data (*General Data Protection Regulation* atau GDPR) Uni Eropa yang memiliki standar tinggi untuk perlindungan data dan privasi. GDPR sudah digunakan secara luas, sehingga dapat membantu Indonesia untuk mengharmonisasi standar perlindungan data dengan negara-negara yang sudah mengimplementasikannya dan juga menjawab masalah lintas negara di ranah ekonomi digital.

“  
“  
Pemerintah harus memastikan bahwa RUU Keamanan dan Ketahanan Siber berkontribusi terhadap privasi data konsumen digital.”

Pemerintah harus memastikan bahwa RUU Keamanan dan Ketahanan Siber berkontribusi terhadap privasi data konsumen digital. RUU tersebut harus dengan jelas menjabarkan wewenang Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) dan memastikan tidak tumpang tindih dengan hak dan wewenang Kemenkominfo. Daripada hanya berfokus pada perizinan yang rumit dan pelaksanaan prosedur, RUU ini harus fokus untuk meningkatkan infrastruktur yang aman untuk teknologi dan informasi pada ekonomi digital. Maka dari itu, diperlukan pendekatan lintas-lembaga dan lintas-sektor.

## 2. Memperbaiki koordinasi antar institusi pemerintah

Koordinasi antara institusi pemerintah telah diprioritaskan dengan adanya Stranas-PK 2020-2024. Pemerintah harus menggunakan apa yang sudah didapatkan dari Stranas-PK 2017-2019, yang menyediakan evaluasi perkembangan setiap enam bulan, ketika merancang rencana strategis untuk 2020-2024.

---

Stranas-PK 2020-2024 harus menyediakan rencana yang transparan dan terkoordinasi dengan baik untuk peningkatan regulasi dan penegakkan hukum. Strategi yang baru ini harus memasukkan masalah-masalah ekonomi digital sebagai bagian dari kerangka kebijakan yang lebih luas daripada hanya berfokus pada *e-commerce* seperti Stranas-PK 2017-2019. Secara eksplisit, Stranas-PK harus menggambarkan struktur wewenang para kementerian terkait tidak hanya akan meningkatkan koordinasi, tetapi juga akan membantu menghindari tumpang tindihnya peraturan yang kontradiktif.

Misalnya, Bank Indonesia adalah kunci regulator untuk memastikan pembayaran elektronik yang aman, maka Stranas-PK harus secara eksplisit menggambarkan tanggung jawab setiap K/L terkait, termasuk Kepolisian Negara, OJK, Kemenkominfo, dan Kemendag. Koordinasi dengan kepolisian dapat menanggulangi sedikit celah dalam sistem keamanan siber agar menjadi lebih konsisten dan efektif. Kepolisian dilengkapi dengan wewenang untuk menangani kejahatan siber dan mengusut pengelabuan dan penipuan transaksi daring.

Pengawasan dan evaluasi harus berfokus pada peningkatan koordinasi lintas-sektor secara menyeluruh dan menggambarkan peran para K/L, dibandingkan hanya melaporkan informasi dan perkembangan terbaru dari setiap kementerian dalam mencapai targetnya sendiri-sendiri yang tidak terkoordinasi.

“  
**Pengawasan dan evaluasi harus berfokus pada peningkatan koordinasi lintas-sektor secara menyeluruh dan menggambarkan peran para K/L, dibandingkan hanya melaporkan informasi dan perkembangan terbaru dari setiap kementerian dalam mencapai targetnya sendiri-sendiri yang tidak terkoordinasi.**  
”

**Tabel 3.**  
**Skema yang Disarankan untuk Wewenang Regulator Ekonomi Digital di Indonesia**  
**(Lembaga yang Memimpin Ditulis Tebal)**

Fase	Elemen Regulasi	Lembaga yang Bertanggung Jawab
<b>E-Commerce (termasuk pembayaran elektronik atau e-payment)</b>		
Sebelum pembelian	Tanggung jawab dan pemberian informasi ( <i>disclosure</i> )	<b>Kemendag</b> , BPSK, BPKN, LPKSM, Kepolisian Negara
	Periklanan daring	<b>Kemendag</b> , Kementerian Keuangan (Kemenkeu), Kemenkominfo
Pembayaran	Syarat dan ketentuan transaksi	<b>Kemendag</b> , Kemenkominfo, OJK, BI
	Pembayaran yang transparan dan aman	<b>BI</b> , OJK, Kepolisian Negara, Kemendag
	Aturan perlindungan data	<b>Kemenkominfo</b> <sup>9</sup> , OJK, Kemendag, Kepolisian Negara (Siber)
Pelaksanaan/Pasca penjualan	Penyelesaian sengketa dan ganti rugi	<b>Kemendag</b> , BPSK, BPKN, LPKSM, Mahkamah Agung (Acara Gugatan Sederhana, Pengadilan Negeri, Pengadilan Elektronik atau E-Court)
	Hak untuk membatalkan kontrak/transaksi	<b>Kemendag</b> , BPSK, BPKN, LPKSM
<b>Tekfin (pinjaman daring atau e-lending)</b>		
Sebelum pembelian	Standar tugas dan pemberian informasi (tingkat bunga, transparansi penalti dan biaya)	<b>OJK</b> , AFPI, AFTECH, AFSI, Kemenkominfo, Kepolisian Negara, Kemendag, Kemenkeu, LAPS, LPKSM, BPKN, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM), Kejaksaan Negeri
	Periklanan daring	
Pembayaran	Syarat dan ketentuan transaksi	
	Peminjaman dan pemberian pinjaman yang transparan dan aman	
	Aturan perlindungan data	
Pelaksanaan/Pasca penjualan	Standar penagihan utang	
	Penyelesaian sengketa dan ganti rugi	

Sebagai upaya pengawasan bersama, Satuan Tugas (Satgas) untuk ekonomi digital pun dapat dibentuk sebagai alternatif. Satgas ini akan bertugas untuk meningkatkan interpretasi, koordinasi, dan implementasi UU sektoral dan peraturan ekonomi digital. Satgas ini dapat dibentuk oleh Presiden, Wakil Presiden, atau Kemenko Perekonomian untuk memecahkan masalah lintas-sektor dan memberikan sinyal akan kebutuhan partisipasi institusi pemerintah yang tinggi.

Satgas Waspada Investasi (SWI) di bawah OJK memberikan contoh yang dapat ditiru. SWI mengoordinasikan kerja 13 K/L, termasuk Kemendag, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM), Kejaksaan

<sup>9</sup> Kemenkominfo atau Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor sesuai dengan RUU PDP jika dilegislati.

---

Republik Indonesia, dan Kepolisian Negara. SWI menutup 2.486 platform pemberi pinjaman P2P ilegal sejak tahun 2018 hingga April 2020 (OJK, 2020b). Koordinasi antara kementerian terkait telah meningkatkan efektivitas regulasi dan penegakkan hukum.

### 3. Memperbaiki kelanjutan rekomendasi BPKN

BPKN menghadapi tantangan untuk mendapatkan respons formal dari institusi pemerintah atas rekomendasi yang mereka sampaikan. Ada tiga langkah yang dapat membantu meningkatkan efektivitas dan tindak lanjut rekomendasi BPKN. Pertama, BPKN dapat menyediakan laporan yang lebih rinci dan komprehensif mengenai observasi, temuan penelitian, dan hasil dari diskusi kelompok terarah (*focus group discussions*) mereka, serta menekankan pentingnya dan hubungannya antara rekomendasi dan kementerian terkait. Dengan memberikan laporan yang komprehensif, BPKN akan mampu untuk mengomunikasikan keahlian profesional mereka tentang masalah perlindungan konsumen.

Ketika kementerian tidak secara formal merespons rekomendasi BPKN, maka BPKN dapat menyampaikan rekomendasi kepada Satgas terkait yang berada di bawah kerja departemen kementerian guna memastikan adanya komunikasi dengan pemangku kebijakan sektoral. Rekomendasi BPKN terkait perlindungan konsumen tekfin misalnya, seharusnya tidak hanya disampaikan kepada OJK namun juga ke SWI. SWI kemudian akan mendukung BPKN dalam upayanya untuk menindaklanjuti pengaduan konsumen.

Terakhir, BPKN harus mempertimbangkan untuk menyampaikan rekomendasi bukan hanya ke regulator utama, tetapi juga ke kementerian lain yang relevan dengan rekomendasi yang disampaikan. Misalnya, rekomendasi mengenai ekonomi digital harus disampaikan BPKN bukan hanya ke Kantor Presiden, tetapi juga ke Kemendag, Kemenkominfo, dan Kemenko Perekonomian.

### 4. Melibatkan sektor swasta dalam pembuatan kebijakan dan mendorong pelaksanaan bisnis yang bertanggung jawab

Ada dua langkah untuk melibatkan sektor swasta dalam pembuatan regulasi ekonomi digital.

Pertama, menyusun dan melaksanakan UU dan peraturan pemerintah dengan memaksimalkan kolaborasi yang kuat dengan pihak swasta melalui dialog pemerintah-swasta (*Public-Private Dialogue* atau PPD) (CIPE & NML, 2018). PPD mengizinkan pelaku usaha untuk turut menggunakan keahlian teknis di lapangan dalam proses pembuatan kebijakan dan aturan pemerintah. PPD juga dapat memfasilitasi interpretasi yang lebih baik atas mandat dan lingkup kebijakan dari setiap regulator oleh pihak swasta. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik, PPD dapat meningkatkan kepatuhan pihak swasta terhadap UU dan peraturan.

Indonesia sangat minim mekanisme efektif di mana pemerintah menjadi pihak yang menginisiasi dialog antara pemerintah-swasta (UNDP, 2017, hlm.41). Terkait UU dan peraturan yang berhubungan dengan ekonomi digital, para pemain di sektor swasta melaporkan bahwa mereka kesulitan memberikan masukan pada pemerintah saat proses perancangan. Oleh sebab itu, mereka merasa model bisnis mereka tidak diwakilkan dengan baik oleh peraturan pemerintah

(Wawancara 5 & 11). Pemerintah dapat mengisi kekurangan dalam proses komunikasi tersebut dengan memetakan berbagai model bisnis ekonomi digital dan mengundang setidaknya satu pihak swasta untuk mewakili setiap model bisnis untuk memberikan pertimbangan. Langkah tersebut akan membantu pemerintah untuk menerima masukan yang komprehensif atas pembuatan dan penegakan UU dan peraturannya.

Langkah kedua untuk melibatkan sektor swasta adalah untuk memfasilitasi dan mempromosikan inisiatif bisnis yang bertanggung jawab. idEA belum memiliki kode etik internal dan pemerintah dapat membantu mereka dengan bekerja sama dalam mengisi kekurangan tersebut. Pemerintah dapat membantu asosiasi untuk menulis panduan tindakan bisnis bertanggung jawab yang sesuai dengan UU dan peraturan perlindungan konsumen. Pemerintah juga dapat menggunakan wewenangnya untuk melibatkan perusahaan, asosiasi, BPKN, dan LPKSM guna merancang

sebuah panduan etika bisnis. Panduan yang dibuat sebaiknya sederhana dan memperbolehkan interpretasi dan adaptasi kreatif oleh berbagai model bisnis. Selain itu, panduan yang dibuat sejatinya juga harus mendorong mekanisme pengaturan mandiri secara sukarela.

Sebagai alternatif, panduan tersebut juga bisa memasukkan Rekomendasi OECD untuk *Consumer Protection in E-commerce* (2016) dan *Toolkit's Six High-Level General Principles* (2018), serta *Online Business Code of Conduct* oleh ASEAN (2020). Ketiga panduan yang sudah ada tersebut merekomendasikan pelaku usaha untuk secara sukarela melakukan usaha, iklan, dan pemasaran yang transparan dan adil; memastikan kualitas dan keamanan produk; menyediakan proses yang efektif untuk konfirmasi transaksi dan pembayaran; menyediakan mekanisme penanganan pengaduan internal dan ganti rugi yang efektif; dan melindungi konsumen dari risiko privasi dan keamanan data.

Mekanisme regulasi mandiri merupakan hal yang penting dan kode etik yang diadaptasikan dengan konteks lokal akan mendorong pelaku usaha untuk bertindak secara bertanggung jawab dan adil kepada konsumen (OECD, 2011). Dengan mendorong pelaksanaan bisnis yang bertanggung jawab dan perdagangan yang beretika, kepercayaan konsumen kemungkinan besar akan meningkat dan akhirnya menghasilkan basis konsumen yang lebih kuat.

“ Dengan mendorong pelaksanaan bisnis yang bertanggung jawab dan perdagangan yang beretika, kepercayaan konsumen kemungkinan besar akan meningkat dan akhirnya menghasilkan basis konsumen yang lebih kuat. ”

## 5. Menyelesaikan sengketa konsumen daring yang efektif melalui SiPENA

Ada tiga langkah yang dapat membuat SiPENA secara bertahap menjadi jalur efektif untuk Penyelesaian Sengketa Daring (*Online Dispute Resolution* atau ODR). Sistem ODR yang komprehensif dan efektif bisa memberikan konsumen jalur untuk menyampaikan pengaduan dan mendapatkan ganti rugi lintas yurisdiksi. Dengan begitu, ODR dapat menutup celah penyelesaian sengketa konvensional yang menghadapi masalah pendanaan, biaya, dan yurisdiksi.

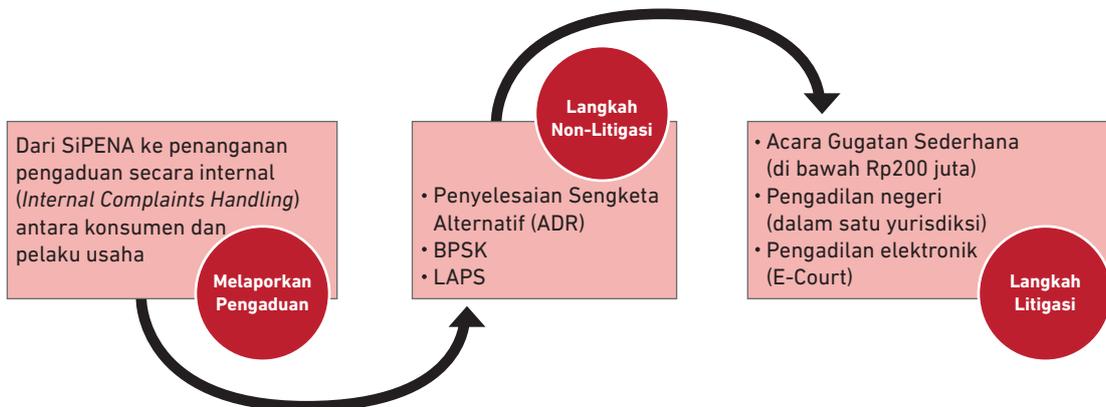
Pertama, SiPENA harus digunakan sebagai portal informasi untuk menjelaskan dan mendiskusikan isu-isu utama konsumen. Portal ini harus interaktif dan sederhana agar berjalan secara efektif. Selain itu, portal ini juga bisa mendukung edukasi konsumen dan pelaku usaha

tentang hak dan kewajiban mereka dalam bertransaksi secara daring dan mendukung peningkatan literasi digital. Misalnya, SiPENA dapat memberikan informasi tentang perbedaan berbagai opsi pembayaran di *e-commerce*, sehingga bisa membantu konsumen untuk mengidentifikasi opsi pembayaran terbaik untuk transaksi daring mereka.

Selanjutnya, pemerintah harus memasukkan cara-cara non-litigasi dan litigasi untuk penyelesaian sengketa di SiPENA. Maka, hal tersebut akan sejalan dengan diskusi seputar mekanisme ODR yang bertujuan untuk menyediakan opsi penyelesaian sengketa yang mudah diakses dan efisien, terutama dengan perusahaan-perusahaan *e-commerce*. Pelajaran yang didapat dari diskusi internasional dan ASEAN harus diikutsertakan juga untuk membangun sistem dan tampilan SiPENA, kemudian diintegrasikan dengan sistem di berbagai sektor dan negara. Hal ini dapat menjadi target jangka panjang.

Terakhir, E-Court dapat mengambil peran dalam penyelesaian sengketa konsumen serta mengurangi biaya para pihak bersengketa dengan mengurangi persyaratan kehadiran langsung di pengadilan. Langkah-langkah ini bisa menjadi langkah penting dalam pengembangan jangka panjang sebuah portal daring yang dapat berevolusi menjadi mekanisme ODR yang layak.

**Gambar 2.**  
**Rekomendasi Terkait Eskalasi Pengaduan melalui SiPENA**



## 6. Merancang program pembinaan dan edukasi yang efektif dalam RPJMN

Program pelatihan untuk konsumen dan lembaga perlindungan konsumen harus mampu meningkatkan literasi konsumen dan meningkatkan sumber daya manusia (SDM) lembaga terkait. Modul pelatihan bisa berdasarkan Manual UNCTAD *Consumer Protection* (2018), yang sudah memasukkan transaksi daring, atau tentang materi untuk memperkuat kompetensi teknis perlindungan konsumen seperti yang dikembangkan oleh Komite ASEAN untuk Perlindungan Konsumen (*ASEAN Committee on Consumer Protection* atau ACCP). Pembinaan harus memasukkan manual tentang penggunaan telepon, layanan internet, dan platform digital serta manual untuk mengumpulkan informasi, memahami pelabelan, keamanan produk, ganti rugi, perdagangan secara elektronik, privasi, dan perlindungan data.

Pemerintah harus memprioritaskan pelatihan di provinsi-provinsi dengan lembaga yang belum membentuk LPKSM dan/ atau BPSK serta di wilayah dengan peringkat Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) yang lebih rendah.

---

Sebab kekhawatiran akan perlindungan konsumen lebih besar di daerah-daerah yang kurang berkembang, maka pemerintah harus memprioritaskan pelatihan di daerah yang belum membentuk LPKSM dan/atau BPSK serta di daerah dengan peringkat Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) yang lebih rendah. Program-program ini tidak hanya akan meningkatkan literasi konsumen dan kapasitas institusi lembaga, tapi juga akan mendorong pembentukan jalur perlindungan konsumen yang baru, terutama di daerah dengan perlindungan konsumen yang lemah. Selain itu, program pembinaan dan edukasi harus mengikutsertakan informasi tentang karakteristik transaksi daring, memasukkan masalah terkait internet seperti privasi, perlindungan data, dan keamanan siber.

## 7. Mengurangi hambatan untuk masuk pasar guna memastikan pertumbuhan dan persaingan ekonomi digital

Ekonomi digital berkembang pesat dalam lingkungan yang penuh persaingan di saat perusahaan berkompetisi untuk menawarkan produk dan layanan dengan harga dan kualitas yang bersaing. Kebijakan persaingan harus sesuai dengan kebijakan perlindungan konsumen agar dapat memastikan dampak positif dari persaingan dapat terwujud sembari juga mencegah praktik bisnis yang berbahaya (Huffman, 2010).

Kebijakan persaingan dan perlindungan konsumen sangat melengkapi satu sama lain, terutama di pasar yang masih berkembang. Ketika diaplikasikan dengan benar, kedua kebijakan tersebut akan saling menguatkan (OECD, 2008). Dalam lingkungan pasar digital yang sangat dinamis, pemerintah perlu mempertimbangkan tiga langkah untuk memastikan bahwa kerangka regulasi dan institusi di kedua area kebijakan tersebut tidak kontradiktif.

Pertama, harus ada koordinasi K/L yang mengawasi persaingan dan yang menangani masalah konsumen. Pada 2019, KPPU menandatangani Nota Kesepahaman (*Memorandum of Understanding* atau MoU) dengan Kementerian Dalam Negeri dan BPKN. Perjanjian dengan BPKN dapat memperkuat upaya advokasi dengan mengumpulkan dan menganalisis pengaduan konsumen yang diterima oleh salah satu ataupun kedua lembaga tersebut. Hal ini guna menegakkan kompetisi, mencegah praktik anti persaingan, dan melindungi konsumen secara umum. Analisa dari kedua lembaga ini dapat membantu memformulasikan respons dan rekomendasi BPKN maupun KPPU. Selain itu, perjanjian yang sudah ada antara KPPU, Kemenkominfo, dan OJK perlu direvisi untuk mengikutsertakan rencana aksi dan koordinasi untuk meningkatkan persaingan dan perlindungan konsumen di ekonomi digital.

KPPU sebaiknya mempertimbangkan MoU dengan Kemendag, BI, dan LPKSM. MoU tersebut akan perlu mengikutsertakan rencana pelaksanaan, reformasi, dan berbagi data dan informasi terkait kebijakan perlindungan konsumen dan persaingan usaha. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja institusi terkait dapat mengidentifikasi praktik anti-persaingan *e-commerce* dan pembayaran elektronik dengan mengklarifikasi wewenang Kemendag dan BI. Kemendag kemudian dapat bekerja sama dengan KPPU untuk mendisiplinkan bisnis, meningkatkan kesadaran konsumen, atau mengambil aksi kolektif bersama-sama dengan LPKSM. Institusi lintas-sektor tersebut harus bekerja bersama untuk mengidentifikasi, mengingatkan, dan mendisiplinkan merger digital yang meningkatkan risiko eksploitasi konsumen daring—merger perusahaan daring cukup sering terjadi. Selain itu, KPPU harus memperbaiki pemahaman pemerintah dan swasta

---

mengenai interdependensi kebijakan persaingan usaha dan perlindungan konsumen.

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pemerintah harus menyelaraskan kerangka regulasi dan institusi dengan tujuan untuk membuat regulasi yang mengurangi hambatan untuk memulai bisnis baru dan mendorong persaingan pasar. Persyaratan perizinan yang rumit untuk pelaku usaha *e-commerce* dan tekfin yang tidak diperlukan sebaiknya dieliminasi sembari menjaga standar perlindungan konsumen yang baik. Selain itu, peraturan atau identifikasi antipakat (*antitrust*) harusnya tidak hanya mengukur dari harga yang tinggi, tetapi juga mempertimbangkan jenis-jenis pencideraan hak-hak konsumen, seperti pembobolan privasi; perlindungan data pribadi yang tidak memadai; pilihan konsumen yang berkurang; struktur pasar yang anti persaingan; biaya tinggi untuk berpindah produk/jasa dan dampak *lock-in* (UNCTAD, 2019c, hlm.138). Standar-standar ini harus diaplikasikan tanpa membatasi inovasi dan jalur masuk ke bisnis daring.

Terakhir, dalam jangka menengah hingga panjang, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat harus ditinjau kembali agar dapat mengakomodasi ekonomi digital dan agar dapat dengan jelas mengikutsertakan isu perlindungan konsumen yang dipandang perlu. Tanpa revisi tersebut, peserta pasar yang baru dan kompetitor kecil akan menghadapi semakin banyak tantangan ketika mencoba bersaing dengan para pemain pasar yang dominan.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Komposisi Tekfin di Indonesia

Tekfin <i>Lending</i> <sup>10</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konvensional: 149</li><li>• Syariah: 12</li><li>Total: 161</li></ul>	Berizin dan terdaftar di OJK (per 31 Maret 2020)
Tekfin <i>Payment</i> <sup>11</sup>	49	Terdaftar di BI (per 17 April 2020)
Inovasi Keuangan Digital (IKD) <sup>12</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Agregator: 35</li><li>• E-KYC (Electronic Know Your Customer): 3</li><li>• Agen Pendanaan: 1</li><li>• Agen Pembiayaan: 6</li><li>• Investasi Emas Daring: 1</li><li>• Penanganan Layanan Klaim: 2</li><li>• Skoring Kredit: 12</li><li>• Verifikasi Non-CDD: 4</li><li>• Perencanaan Keuangan: 7</li><li>• Berbasis Blockchain: 4</li><li>• Resolusi Masalah Daring: 1</li><li>• Pembiayaan Proyek: 5</li><li>• Jaringan Sosial dan Robo Advisor: 1</li><li>• Pajak &amp; Akuntansi: 3</li><li>• Manajemen Investasi Properti: 2</li><li>• Bursa Broker Asuransi: 1</li><li>• Teknologi Regulasi (Regtech): 1</li><li>Total: 89</li></ul>	Terdaftar di OJK per Februari 2020

<sup>10</sup> OJK (2020a)

<sup>11</sup> Bank Indonesia. (2020). Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran [*Licensing Information for Provider and Supporter of Payment System Services*]. Diambil dari: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>

<sup>12</sup> Penulis mendapatkan data ini dari staf OJK pada Februari 2020.

**Lampiran 2.**  
**Kompleksitas Regulasi Perlindungan Konsumen Digital**

Permasalahan Hak-Hak Konsumen	Penanggung Jawab Utama Kementerian/Lembaga Pemerintahan	Regulasi
Perlindungan konsumen umum	Kementerian Perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999</li> <li>• Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014</li> <li>• Undang-Undang Monopoli dan Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 1999</li> <li>• Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2019 tentang LPKSM (revisi Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LKPSM)</li> <li>• Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang BPKN</li> <li>• Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen</li> <li>• Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen</li> <li>• Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2019 tentang Aksi Nasional Perlindungan Konsumen</li> <li>• Regulasi Kementerian Nomor 6/M-DAG/PER/2/2017 tentang BPSK</li> </ul>
		Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), khususnya bab III, pasal 1365
	Pemerintah Daerah	UU Pemerintah Daerah Nomor 23 Tahun 2014
Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik	Kementerian Perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999</li> <li>• Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014</li> <li>• Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik</li> <li>• Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen</li> </ul>
	Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen</li> </ul>
	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-Commerce)</li> </ul>
	Kementerian Komunikasi dan Informatika	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2019, revisi dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008</li> <li>• Surat Edaran Kemenkominfo Nomor 5 tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk User Generated Content</li> </ul>
Pelanggaran privasi dan data pribadi	Kementerian Komunikasi dan Informatika	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2019, revisi dari</li> <li>• Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008</li> <li>• Undang-Undang Telekomunikasi Nomor 36 Tahun 1999 (Pasal 42)</li> <li>• Peraturan Kemenkominfo Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik</li> </ul> <p>Catatan: Privasi dan data pribadi terkait peraturan yang dibahas di 32 UU.</p>
	Kementerian Perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik</li> </ul>
Muatan negatif (situs, media sosial, permainan)	Kementerian Komunikasi dan Informatika	<ul style="list-style-type: none"> <li>Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2019, revisi dari</li> <li>Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008</li> <li>Undang-Undang Pornografi Nomor 44 Tahun 2008</li> <li>Peraturan Kemkominfo Nomor 19 Tahun 2014 tentang Situs Bermuatan Negatif</li> </ul>
Tekfin	Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK)</li> <li>Peraturan OJK Nomor 37/POJK.04/2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (Equity Crowdfunding)</li> <li>Peraturan OJK Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum</li> <li>Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi</li> <li>Peraturan OJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat</li> <li>Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2014 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 22/SEOJK.02/2019 tentang Penunjukan Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 21/SEOJK.02/2019 tentang Regulatory Sandbox</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 20/SEOJK.02/2019 tentang Mekanisme Pencatatan Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 31/SEOJK.07/2017 tentang Pelaksanaan Kegiatan dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 54/SEOJK.07/2016 tentang Monitoring Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 7/SEOJK.07/2015 tentang Pedoman Penilaian Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan</li> <li>Surat Edaran OJK Nomor 14/SEOJK.07/2014 tentang Kerahasiaan dan Keamanan Data dan/atau Informasi Pribadi Konsumen</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surat Edaran OJK Nomor 13/SEOJK.07/2014 tentang Perjanjian Baku</li> <li>• Surat Edaran OJK Nomor 12/SEOJK.07/2014 tentang Penyampaian Informasi dalam rangka Pemasaran Produk dan atau Layanan Jasa Keuangan</li> <li>• Surat Edaran OJK Nomor 2/SEOJK.07/2014 tentang Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen pada Pelaku Usaha Jasa Keuangan</li> <li>• Surat Edaran OJK Nomor 1/SEOJK.07.2014 tentang Pelaksanaan Edukasi Dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan kepada Konsumen dan/atau Masyarakat</li> </ul>
	Bank Indonesia (BI) bertanggung jawab untuk perizinan model bisnis pembayaran (uang elektronik/e-money, dompet elektronik/e-wallet, portal pembayaran, remitansi) atau teknologi finansial yang menjalankan model bisnis di luar model yang sudah dijabarkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial</li> <li>• Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik</li> <li>• Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Informasi dan Elektronik</li> <li>• Peraturan BI Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran</li> <li>• Peraturan Anggota Dewan Gubernur BI Nomor 19/15/PADG/2017 tentang Tata Cara Pendaftaran, Penyampaian Informasi, dan Pemantauan Penyelenggara Teknologi Finansial</li> <li>• Peraturan Anggota Dewan Gubernur BI Nomor 19/14/PADG/2017 tentang tentang Ruang Uji Coba Terbatas (Regulatory Sandbox) Teknologi Finansial</li> </ul>
Penipuan, pencurian, kejahatan cyber	Kepolisian Negara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016</li> <li>• Kitab Undang-Undang Hukum Perdata</li> </ul>
Keamanan transportasi daring	Kementerian Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan</li> <li>• Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2014 tentang Angkutan Jalan</li> <li>• Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus</li> <li>• Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat</li> </ul>

**Lampiran 3 .**  
**Mekanisme Pengaduan Terkait E-commerce dan Tekfin**

Masalah Hak-Hak Konsumen	Badan-Badan Pemerintah yang Bertanggung Jawab	Cara	Catatan
Perlindungan konsumen secara umum	Kementerian Perdagangan	DJPKTN - MOT <a href="http://siswaspk.kemendag.go.id">http://siswaspk.kemendag.go.id</a> (sudah tidak bisa diakses) E-mail: <a href="mailto:pengaduan.konsumen@kemendag.go.id">pengaduan.konsumen@kemendag.go.id</a> WhatsApp: 0853 1111 1010  <a href="http://www.konsumen-indonesia.id">www.konsumen-indonesia.id</a> (dirilis pada April 2018, tetapi sudah tidak bisa diakses lagi)  <a href="http://sisdalturang.kemendag.go.id/admin/homex/index/190">http://sisdalturang.kemendag.go.id/admin/homex/index/190</a> (Daftar produk yang sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI))	Tidak ada informasi dan daftar yang jelas untuk produk yang ditarik kembali ( <i>product recalls</i> )
	BPKN	<a href="https://www.bpkn.go.id/complaints/new">https://www.bpkn.go.id/complaints/new</a>	Pengaduan juga bisa dilaporkan melalui LPKSM: <a href="http://pelayanan.ylki.or.id/">http://pelayanan.ylki.or.id/</a>
	Badan Pengawas Obat dan Makanan	<a href="https://ulpk.pom.go.id/">https://ulpk.pom.go.id/</a>	Hanya untuk makanan dan obat-obatan
Perlindungan data	Kementerian Komunikasi dan Informatika	<a href="https://ppid.kominfo.go.id/jenis-informasi/inf-berkala/pengaduan-masyarakat1/">https://ppid.kominfo.go.id/jenis-informasi/inf-berkala/pengaduan-masyarakat1/</a>  <a href="https://layanan.kominfo.go.id/microsite/aduan-brti">https://layanan.kominfo.go.id/microsite/aduan-brti</a> (panggilan telepon/pesan pendek yang diindaki sebagai percobaan penipuan)	Tidak spesifik untuk perlindungan data, tetapi untuk telekomunikasi secara umum.  Data pembayaran elektronik ( <i>e-payment</i> ) juga diregulasi oleh Bank Indonesia. Tanggung jawab tersebut tumpang tindih dengan Kepolisian Negara.
Konten negatif (laman, media sosial, permainan)	Kementerian Komunikasi dan Informatika	<a href="https://aduankonten.id/">https://aduankonten.id/</a>	Berdasarkan UU ITE
Tekfin	Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	<a href="https://konsumen.ojk.go.id/FormPengaduan">https://konsumen.ojk.go.id/FormPengaduan</a>	Untuk tekfin P2P lending, AFPI (asosiasi) menyediakan mekanisme pengaduan di: <a href="https://afpi.or.id/pengaduan">https://afpi.or.id/pengaduan</a>
Penipuan atau kegiatan ilegal manajemen keuangan/pendanaan atau investasi	Satgas Waspada Investasi	<a href="https://waspadainvestasi.ojk.go.id/site/contact">https://waspadainvestasi.ojk.go.id/site/contact</a>	Regulator: OJK, Kemendag, BKPM, Kementerian KUKM, Kemenkominfo Penegak hukum: Kejaksaan, Polisi
Pembayaran elektronik ( <i>e-payment</i> )	Bank Indonesia (BI)	<a href="https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/form-pengaduan/Pages/formulirPengaduanKonsumen.aspx">https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/form-pengaduan/Pages/formulirPengaduanKonsumen.aspx</a>	Konsumen sudah bisa memprediksikan kerugian lebih dari Rp500 juta
Penipuan, pencurian, kejahatan siber	Kepolisian Negara	<a href="https://www.patrolisiber.id/report/my-account">https://www.patrolisiber.id/report/my-account</a>	Dirancang untuk melaporkan kejahatan komputer dan kejahatan terkait komputer. Penipuan tanda tangan elektronik ( <i>e-signature</i> ) dan pembayaran elektronik ( <i>e-payment</i> ) juga bisa dilaporkan melalui tautan tersebut.

## REFERENSI

ACCP, lihat ASEAN Committee on Consumer Protection

ADB, lihat Asian Development Bank

AFTECH, lihat Asosiasi Fintech Indonesia

ASEAN, lihat Association of Southeast Asian Nations

Asian Development Bank. (2017). Accelerating financial inclusion in South-east Asia with digital finance. *ADB, Oliver Wyman, MicroSave Reports*. Diambil dari: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/222061/financial-inclusion-se-asia.pdf>.

Asosiasi Fintech Indonesia. (2018). Media Briefing Code of Conduct for Responsible Lending Asosiasi Fintech Indonesia. AFTECH. Diambil dari: <https://fintech.id/events/media-briefing-code-of-conduct-for-responsible-lending-asosiasi-fintech-indonesia/>

Asosiasi Fintech Indonesia. (2019). Upaya Percepatan Inklusi Keuangan melalui Inovasi Keuangan Digital. Diambil dari: <https://fintech.id/indonesia-fintech-summit-expo-2019/>

Association of Southeast Asian Nations. (2020). ASEAN Online Business Code of Conduct. ASEAN Secretariat: Jakarta. Diambil dari: <https://aseanconsumer.org/read-publication-asean-online-business-code-of-conduct>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (n.d.). Kajian dan Rekomendasi BPKN. Diambil dari: <https://www.bpkn.go.id/posts/list/id/6>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2012). Seminar tentang Perubahan Undang-Undang tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Siaran Pers BPKN. Diambil dari: <https://bpkn.go.id/posts/show/id/627>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2018). Catatan Akhir Tahun BPKN 2018: "Ketahanan Perlindungan Konsumen Rawan". Siaran Pers BPKN. Diambil dari: <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1322>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2019). Rekomendasi Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Tahun 2020 – 2024. Rekomendasi Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Tahun 2020 – 2024. Ringkasan Eksekutif No. 81/BPKN/10/2019. Diambil dari: <https://bpkn.go.id/uploads/document/df985c4178ba6ce36d32147d69b4a3bf94e3d3e2.pdf>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2020a). Kolaborasi Sebagai Upaya Membangun Integritas Perlindungan Konsumen. Siaran Pers BPKN. Diambil dari: <https://bpkn.go.id/uploads/document/a50b86fc3c5307f4a024f68551cbf26bc044960a.pdf>

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2020b). Talk Show program "Speak After Lunch" Membahas Hari Konsumen Nasional 2020. BPKN Photo & News. Diambil dari: <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1477>

Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik E-commerce 2019 Badan Pusat Statistik. Katalog 8101004. Diambil dari: <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>.

Banday, M.T., Qadri, J.A. (2007). Phishing – A Growing Threat to E-Commerce. *The Business Review*. ISSN: 0972-8384, 12(2), 76-83.

Bappenas, lihat Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional

Barkatullah, AH & Djumadi (2018). Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? *Electronic Commerce Research and Applications*, 30, 94-101. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.008>

Bjorke, P. (2020). Disruptive ads enforcement and our new approach. Google Security Blog. Diambil dari: <https://security.googleblog.com/2020/02/disruptive-ads-enforcement-and-our-new.html>

Blomkamp, E., Sholikin, M.N., Nursyamsi, F., Lewis, J.M., Toumbourou, T. (2017). Understanding Policymaking in Indonesia: in Search of a Policy Cycle. The Policy Lab (the University of Melbourne) and the Indonesian Centre for Law and Policy Studies (PSHK). Diambil dari: <https://www.pshk.or.id/wp-content/uploads/2017/08/Understanding-Policy-Making-in-Indonesia-PSHK.pdf>

BPKN, lihat Badan Perlindungan Konsumen Nasional

BPS, lihat Badan Pusat Statistik

Bramantyo, R.Y. & Rahman, I. (2019). Legal Protection of E-Commerce Consumers in Online Transactions in Indonesia. *American Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 358-368.

CEIC, lihat Census and Economic Information Center

Census and Economic Information Center. (n.d.). Indonesia Nominal GDP. CEIC Quarterly. Diambil dari: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/indonesia/nominal-gdp>

Census and Economic Information Center. (n.d.). Indonesia's private consumption: % of GDP. CEIC Quarterly. Diambil dari: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/indonesia/private-consumption--of-nominal-gdp>

Center for International Private Enterprise & New Markets Lab. (2018). Digital economy enabling environment guide: key areas of dialogue for business and policymakers. CIPE & NML.

CIPE, lihat Center for International Private Enterprise

Commonwealth of Australia. (2018). E-commerce in Indonesia: a guide for Australian business. Austrade & Australia Unlimited.

Dewan Perwakilan Rakyat. (n.d.). Program Legislasi Nasional Prioritas DPR. Diambil dari: <http://www.dpr.go.id/uu/prolegnas>

Direktorat Tindak Pidana Siber. (n.d.). Statistik: Jumlah Laporan Polisi yang Dibuat Masyarakat Jumlah Laporan Polisi yang Dibuat Masyarakat. Diambil dari: <https://patrolisiber.id/statistic>

DPR, lihat Dewan Perwakilan Rakyat

East Ventures. (2020). East Ventures Digital Competitiveness Index 2020. Insight Report. Diambil dari: <https://east-ventures-reports.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/EV-DCI-2020-ENG.pdf>

Google & Temasek. (2019). e-Conomy SEA 2019: Swipe up and to the right: Southeast Asia's \$100 billion internet economy. Google, Temasek & Bain Mobile, Consumer Insight oleh Davis, S., Saini, S., Sipahimalani, R., Hoppe, F., Lee, W., Girona, IM., Choi, C., Smittinet, W. Retrieved from: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/e-conomy-sea-2019-swipe-up-and-to-the-right-southeast-asias-100-billion-internet-economy/>.

Huffman, H. (2010). Bridging the divide? Theories for integrating competition law and consumer protection. *European Competition Journal*, 6(1).

idEA, lihat Indonesian E-commerce Association

Indonesian E-commerce Association. (2018). Safe Harbour Policy: Kepastian Hukum dan Dampaknya pada Industri E-Commerce dan Ekonomi Digital Kepastian Hukum dan Dampaknya pada Industri E-Commerce dan Ekonomi Digital. Diambil dari: <https://www.idea.or.id/berita/detail/safe-harbour-policy--kepastian-hukum-dan-dampaknya-pada-industri-e-commerce-dan-ekonomi-digital>

IPB. (2019). IPB's Contributions in the Consumer Empowerment Index FGD. IPB News List. Diambil dari: <https://ipb.ac.id/news/index/2019/03/ipb-s-contributions-in-the-consumer-empowerment-index-fgd/44d09e37bd4d4d0952b22fbc8d6a1c47>

Jumiati, Rosdiana, H., & Kusumastuti, R. (2017). The Protection of Information Privacy in Indonesia's E-commerce: A Legal Approach Perspective. *The International Conference on Design and Technology, KnE Social Sciences*, 59–68. DOI 10.18502/kss.v2i4.868

Kemendag, lihat Kementerian Perdagangan

Kemenko Perekonomian, lihat Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

Kemenkominfo, lihat Kementerian Komunikasi dan Informatika

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). Hari Konsumen Nasional, Pemerintah Luncurkan Portal Nasional Perlindungan Konsumen. Artikel GPR. Diambil dari: [https://kominform.go.id/content/detail/12938/hari-konsumen-nasional-pemerintah-luncurkan-portal-nasional-perlindungan-konsumen/0/artikel\\_gpr](https://kominform.go.id/content/detail/12938/hari-konsumen-nasional-pemerintah-luncurkan-portal-nasional-perlindungan-konsumen/0/artikel_gpr)

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2019). Forum Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Telekomunikasi Kemenko Perekonomian, 30 Agustus. Diambil dari: <https://kcp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DitJaskel/forum%20perlindungan%20konsumen%20telekomunikasi/ASDEP%204%20Kemenko%20-%20Forum%20Perlindungan%20Konsumen%20-%20Jasa%20Telekomunikasi.pdf>

Kementerian Perdagangan. (n.d.). Pemberdayaan Konsumen di Era Masyarakat Ekonomi Asia: Tantangan dan Peluang. Diambil dari: [http://ikk.fema.ipb.ac.id/id/wp-content/uploads/2016/04/3.-PEMBERDAYAAN-KONSUMEN\\_IPB\\_rev\\_Kemendag.pdf](http://ikk.fema.ipb.ac.id/id/wp-content/uploads/2016/04/3.-PEMBERDAYAAN-KONSUMEN_IPB_rev_Kemendag.pdf)

Kementerian Perdagangan. (n.d.). Rencana Aksi Perlindungan Konsumen Bidang Perdagangan Presentasi oleh Luthre Palimbong (mantan Plt. Direktur Pemberdayaan Konsumen) (online).

Kementerian Perdagangan. (n.d.). Portal Perlindungan Konsumen Indonesia Portal Konsumen. Diambil dari: <http://simpktn.kemendag.go.id/index.php/portal/konsumen>

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2017). Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Forum Sinkronisasi Kebijakan Bidang PKTN.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2017). The Digital Economy in Indonesia. *Australia Indonesia Partnership for Economic Governance*. Diambil dari: [http://eng.kppu.go.id/wp-content/uploads/REPORT\\_Digital\\_Economy\\_27-December-2017-FINAL.docx.pdf](http://eng.kppu.go.id/wp-content/uploads/REPORT_Digital_Economy_27-December-2017-FINAL.docx.pdf)

KPPU, lihat Komisi Pengawas Persaingan Usaha

McKinsey. (2018). The digital archipelago: How online commerce is driving Indonesia's economic development. *McKinsey & Company*. Diambil dari: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/the-digital-archipelago-how-online-commerce-is-driving-indonesias-economic-development>.

Mahkamah Agung. (n.d.). FAQ (Frequently Asked Questions). E-Court, the Electronic Justice System. Retrieved from: <https://ecourt.mahkamahagung.go.id/faq>

Mahkamah Agung. (2006). Naskah Akademis tentang Perlindungan Konsumen. Purlitbang Hukum dan Peradilan M.A R.I. Diambil dari: <https://bldk.mahkamahagung.go.id/puslitbang-hukum-dan-peradilan/publikasi-litbang/203-naskah-akademis-tentang-perlindungan-konsumen.html>

NML, lihat New Markets Lab

Nurdiansyah, F. (n.d.). Perlindungan Konsumen Dunia Virtual Perdagangan Elektronik BPKN (uploaded documents). Diambil dari: <https://bpkn.go.id/uploads/document/59cd4770214fc6ef39c85bd68432d381c7fd6625.pdf>

OECD, lihat Organisation for Economic Co-operation and Development

OJK, lihat Otoritas Jasa Keuangan

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2008). The interface between competition and consumer policies. OECD Policy Roundtables. Diambil dari: <https://www.oecd.org/daf/competition/40898016.pdf>

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2011). Policy framework for investment user's toolkit, Chapter 7: Promoting Responsible Business Conduct. Investment Division OECD. Diambil dari: [www.oecd.org/investment/pfitoolkit](http://www.oecd.org/investment/pfitoolkit).

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2014). Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy. Chapter 4: The digital economy, new business models and key features. Diambil dari: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264218789-7-en.pdf?expires=1586176446&id=id&accname=guest&checksum=869DCEF47053EE0E493BBA48E43EC844>

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2016). Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation. OECD Publishing: Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264255258-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). Toolkit for Protecting Digital Consumers: A Resource for G20 Policy Makers. OECD.

Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa OJK Consumer. Diambil dari: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Lembaga-Alternatif-Penyelesaian-Sengketa.aspx>

Otoritas Jasa Keuangan. (2013). Indonesian National Strategy for Financial Literacy. OJK. Diambil dari: [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/184\\_OJK\\_NATIONAL%20STRATEGY%20FOR%20FINANCIAL%20LITERACY.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/184_OJK_NATIONAL%20STRATEGY%20FOR%20FINANCIAL%20LITERACY.pdf)

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Rencana Aksi: Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan. Departemen Perlindungan Konsumen OJK. Diambil dari: <http://ditjenpkn.kemendag.go.id/app/repository/upload/AGENDA%20KEGIATAN/3.%20RAN%20Stranas%20PK-OJK.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Aspek Perlindungan Konsumen pada Pemasaran Produk Keuangan Digital. Kajian Perlindungan Konsumen. Diambil dari: <https://konsumen.ojk.go.id/MinisiteDPLK/images/upload/20190702083306OJK%20Perlindungan%20Konsumen%20-%20Pemasaran%20Digital%20-%20Compile.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan. (2020a). Perkembangan Fintech Lending (Pendanaan Gotong Royong Online) *OJK Data and Statistics*. Diambil dari: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Maret-2020.aspx>

Otoritas Jasa Keuangan. (2020b). Siaran Pers: Awal Tahun Satgas Temukan 120 Fintech Peer-To-Peer Lending dan 28 Entitas Penawaran Investasi Tanpa Izin. OJK Siaran Pers. Diambil dari: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Awal-Tahun-Satgas-Temukan-120-Fintech-Peer-To-Peer-Lending-dan-28-Entitas-Penawaran-Investasi-Tanpa-Izin.aspx>

Pangestu, M. & Dewi, G. (2017). Indonesia and the digital economy: creative destruction, opportunities and challenges. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. Edwin Jurriens & Ross Tapsell (eds). Indonesia Update Series, College of Asia and the Pacific, the Australian National University. Singapore: ISEAS Publishing.

Purbo, O.W. (2017). Narrowing the digital divide. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. Edwin Jurriens & Ross Tapsell (eds). Indonesia Update Series, College of Asia and the Pacific, the Australian National University. Singapore: ISEAS Publishing.

PwC Indonesia. (2019). Indonesia's Fintech Lending: Driving Economic Growth Through Financial Inclusion. *PwC Indonesia – Fintech Series*. Diambil dari: [https://www.pwc.com/id/en/fintech/PwC\\_FintechLendingThoughtLeadership\\_ExecutiveSummary.pdf](https://www.pwc.com/id/en/fintech/PwC_FintechLendingThoughtLeadership_ExecutiveSummary.pdf).

Rahardjo, B. (2017). The State of Cybersecurity in Indonesia. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. Edwin Jurriens & Ross Tapsell (eds). Indonesia Update Series, College of Asia and the Pacific, the Australian National University. Singapore: ISEAS Publishing.

Rizka, R. (2019). Road Map E-Commerce as an Alternative Law Protection for Consumers in Era Trade Online. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 409.

---

Rohendi, A. (2015). Consumer Protection In The E-Commerce: Indonesian Law And International Law Perspective. *Ecodemica*, III(2) September 2015, 474-488, ISSN: 2355-0295.

Rosadi, S.D., Tahira, Z. (2018). Consumer protection in digital economy era: law in Indonesia. *Yustisia*, 7(1). Diambil dari: [https://www.researchgate.net/publication/324863381\\_CONSUMER\\_PROTECTION\\_IN\\_DIGITAL\\_ECONOMY\\_ERA\\_LAW\\_IN\\_INDONESIA](https://www.researchgate.net/publication/324863381_CONSUMER_PROTECTION_IN_DIGITAL_ECONOMY_ERA_LAW_IN_INDONESIA)

Septiansyah, V. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perdagangan Barang dan Bisnis Investasi Melalui Transaksi Elektronik (E-commerce). *Jurnal Nestor Magister Hukum*. Retrieved from: <https://www.neliti.com/publications/209655/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-perdagangan-barang-dan-bisnis-investa>

Shidarta, Koos. S. (2019). Introduction to a social-functional approach in the Indonesian consumer protection law. *VeJ*, 5(1).

Sudaryatmo. (n.d.). Menelaah Perlindungan Konsumen melalui Kebijakan Kompetisi. YLKI. Diambil dari: <http://ylki.or.id/2011/09/menelaah-perlindungan-konsumen-melalui-kebijakan-kompetisi/>

Suleiman, A. (2019). Chinese investments in Indonesia's fintech sector: their interaction with Indonesia's evolving regulatory governance. *CIPS Policy Paper*, 23.

UN, lihat United Nations

UNCTAD, lihat United Nations Conference on Trade and Development

UNDP, lihat United Nations Development Programme

United Nations. (n.d.). Sustainable D. *United Nations*. Diambil dari: <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/technology>.

United Nations Conference on Trade and Development. (2015). Information Economy Report: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. United Nations: New York and Geneva. Diambil dari: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf)

United Nations Conference on Trade and Development. (2019a). Voluntary peer review of the consumer protection law and policy of Indonesia: Overview. *Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection Law and Policy*. Fourth session, Geneva 8 and 9 July 2019. TD/B/C.I/CPLP/18.

United Nations Conference on Trade and Development. (2019b). Voluntary Peer Review of Consumer Protection Law and Policy: Indonesia. Diambil dari: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2019d1\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2019d1_en.pdf).

United Nations Conference on Trade and Development. (2019c). Digital Economy Report 2019. UN Publications. Diambil dari: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2466>

United Nations Development Programme. (2017). Indonesia: Financing the Future with an Integrated National Financing Framework. UNDP's Regional Bureau for Asia and the Pacific. Diambil dari: <https://www.undp.org/content/dam/rbap/docs/dg/dev-effectiveness/RBAP-DG-2018-Development-Finance-Assessment-Snapshot-Indonesia.pdf>

We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital 2020 reports. Special Reports. Diambil dari: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2016). Belanja Via Media Sosial. Diambil dari: <http://ylki.or.id/2016/01/belanja-via-media-sosial/>

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2018). Catatan Perlindungan Konsumen 2018 (edisi 1): Ekonomi Digital dan Marginalisasi Hak Konsumen Ekonomi Digital dan Marginalisasi Hak Konsumen Diambil dari: <http://ylki.or.id/2018/12/catatan-perlindungan-konsumen-2018-edisi-1-ekonomi-digital-dan-marginalisasi-hak-konsumen/>

---

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2020a). Membedah Pengaduan Konsumen 2019 Presentasi dari Tim Pengaduan untuk Siaran Pers.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2020b). Pengaduan Konsumen dan Kinerja OJK Berita YLKI. Diambil dari: <http://ylki.or.id/2020/01/pengaduan-konsumen-dan-kinerja-ojk/>

YLKI, lihat Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

## Wawancara

Wawancara 1 - Kementerian Komunikasi dan Informatika

Wawancara 2 - Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Wawancara 3 - Pusat Studi Hukum dan Kebijakan (PSHK)

Wawancara 4 - Kementerian Perdagangan

Wawancara 5 - Perusahaan teknologi multinasional

Wawancara 6 - Indonesian E-commerce Association (idEA)

Wawancara 7 - Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Wawancara 8 - Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

Wawancara 9 - Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH)

Wawancara 10 - Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Wawancara 11 - Perusahaan teknologi

Wawancara 12 - Perusahaan *E-Commerce*

---

## TENTANG PENULIS

**Ira Aprilianti** adalah peneliti CIPS yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk mendukung pembuatan kebijakan berbasis bukti dan evaluasi dampak kebijakan pada kebijakan ekonomi dan perdagangan. Ia menerima gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, dan Magister Ekonomi Internasional dan Pembangunan dari Australian National University (ANU). Sebelumnya, ia memberikan analisa data perdagangan, laporan pasar, dan kebijakan perdagangan untuk Kedutaan Besar Republik Indonesia di Australia, di bawah Atase Perdagangan.

**Felippa Amanta** adalah Peneliti di CIPS yang meneliti seputar ketahanan pangan dan perdagangan bebas. Ia memperoleh Sarjana Sosiologi dari University of California, Berkeley, dan Master Administrasi Publik dari Australian National University. Sebelumnya, Felippa bekerja sebagai Program Associate di Institute for Research on Labor and Employment, UC Berkeley, dan di Women and Youth Development Institute of Indonesia di Surabaya.

**Nadia Fairuza Azzahra** adalah Peneliti Muda di Center for Indonesian Policy Studies. Fokus penelitiannya pada saat ini adalah kebijakan pendidikan dan peluang ekonomi. Sebelumnya, ia membantu dalam penelitian dalam ketahanan pangan dan pertanian.

## AYO BERGABUNG DALAM PROGRAM “SUPPORTERS CIRCLES” KAMI

Melalui *Supporters Circles*, kamu, bersama dengan ratusan lainnya, membantu kami untuk melakukan penelitian kebijakan serta advokasi untuk kemakmuran jutaan orang di Indonesia yang lebih baik.

Dengan bergabung dalam *Supporters Circles*, *supporters* akan mendapatkan keuntungan dengan terlibat lebih dalam di beberapa karya CIPS. *Supporters* bisa mendapatkan:

- Undangan Tahunan *Gala Dinner* CIPS
- Pertemuan eksklusif dengan pimpinan CIPS
- Mendapatkan prioritas pada acara-acara yang diadakan oleh CIPS
- Mendapatkan informasi terbaru secara personal, setiap satu bulan atau empat bulan, lewat email dan video mengenai CIPS
- Mendapatkan *hard-copy* materi publikasi CIPS (lewat permintaan)



**Dharma Club**

Donasi **hingga Rp10.000.000** Dapat mendukung pendanaan kegiatan operasional CIPS.



**Dewi Sri Circle**

Donasi **Rp10.000.000- Rp100.000.000** dapat mendukung acara engagement dan outreach CIPS / kami, seperti forum diskusi kebijakan, roadshow ke kampus-kampus dan peluncuran hasil penelitian terbaru kami.



**Wijaya Circle**

Donasi **Rp100.000.000 ke atas** memungkinkan CIPS untuk melakukan pekerjaan utamanya, seperti penelitian kebijakan, kampanye dan advokasi kepada para pembuat kebijakan.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan hubungi [anthea.haryoko@cips-indonesia.org](mailto:anthea.haryoko@cips-indonesia.org).



Pindai untuk bergabung



## TENTANG CENTER FOR INDONESIAN POLICY STUDIES

**Center for Indonesian Policy Studies (CIPS)** merupakan lembaga pemikir non-partisan dan non profit yang bertujuan untuk menyediakan analisis kebijakan dan rekomendasi kebijakan praktis bagi pembuat kebijakan yang ada di dalam lembaga pemerintah eksekutif dan legislatif.

CIPS mendorong reformasi sosial ekonomi berdasarkan kepercayaan bahwa hanya keterbukaan sipil, politik, dan ekonomi yang bisa membuat Indonesia menjadi sejahtera. Kami didukung secara finansial oleh para donatur dan filantropis yang menghargai independensi analisis kami.

### FOKUS AREA CIPS:

**Ketahanan Pangan dan Agrikultur:** Memberikan akses terhadap konsumen di Indonesia yang berpenghasilan rendah terhadap bahan makanan pokok dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas. CIPS mengadvokasi kebijakan yang menghapuskan hambatan bagi sektor swasta untuk beroperasi secara terbuka di sektor pangan dan pertanian.

**Kesempatan Ekonomi:** CIPS mengadvokasi kebijakan yang bertujuan untuk memperluas kesempatan ekonomi dan peluang bagi pengusaha dan sektor bisnis di Indonesia, serta kebijakan yang membuka peluang lebih luas bagi masyarakat Indonesia berpenghasilan rendah untuk mendapatkan pendapatan yang lebih layak dan menciptakan kesejahteraan ekonomi

**Kebijakan Pendidikan:** Masa depan SDM Indonesia perlu dipersiapkan dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan terhadap perkembangan abad ke-21. CIPS mengadvokasi kebijakan yang mendorong sifat kompetitif yang sehat di antara penyedia sarana pendidikan. Kompetisi akan mendorong penyedia sarana untuk terus berupaya berinovasi dan meningkatkan kualitas pendidikan terhadap anak-anak dan orang tua yang mereka layani. Secara khusus, CIPS berfokus pada peningkatan keberlanjutan operasional dan keuangan sekolah swasta berbiaya rendah yang secara langsung melayani kalangan berpenghasilan rendah.

**Kesejahteraan Masyarakat:** CIPS mempercayai bahwa komunitas yang solid akan menyediakan lingkungan yang baik serta mendidik bagi individu dan keluarga mereka sendiri. Kemudian, mereka juga harus memiliki kapasitas untuk memiliki dan mengelola sumber daya lokal dengan baik, berikutan dengan pengetahuan mengenai kondisi kehidupan yang sehat, agar mereka bisa mengelola pembangunan dan kesejahteraan komunitas dengan baik.

[www.cips-indonesia.org](http://www.cips-indonesia.org)

 [facebook.com/cips.indonesia](https://facebook.com/cips.indonesia)

 [@cips\\_id](https://twitter.com/cips_id)

 [@cips\\_id](https://www.instagram.com/cips_id)

Jalan Terogong Raya No. 6B  
Cilandak, Jakarta Selatan 12430  
Indonesia