



Transformasi Digital dan Perlindungan Konsumen: Optimalisasi Peran BPKN dalam Menghadapi Ekonomi Digital

Vicky Fernando^{1*}, Antoni Ludfi Arifin²

¹ Universitas Padjadjaran, Indonesia

² Institut STIAMI, Indonesia

 [ludfi@stiami.ac.id*](mailto:ludfi@stiami.ac.id)

Abstract

Digital transformation has significantly changed consumption patterns, economic transactions, and the relationship between consumers and business actors. The rapid development of digital platforms, electronic commerce, and electronic payment systems has accelerated the growth of the digital economy in Indonesia. However, this development also introduces new challenges in consumer protection, including information asymmetry, misuse of personal data, and the increasing risk of fraud in online transactions. This study aims to analyze how digital transformation can optimize the role of the National Consumer Protection Agency/Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) in addressing the dynamics of the digital economy. The research employs a qualitative approach using a literature review method based on academic journal articles, scholarly books, and policy documents related to digital economy and consumer protection. The analysis was conducted through literature identification, thematic analysis, and conceptual synthesis. The findings indicate that the existing consumer protection regulations have not fully accommodated the complexity of digital transactions, thus requiring regulatory strengthening and institutional transformation. Digital transformation within BPKN, including the use of integrated digital complaint systems, big data analytics, and artificial intelligence technology, can enhance supervisory effectiveness, accelerate consumer dispute resolution, and improve public services. Therefore, optimizing BPKN through digital transformation is expected to create a more adaptive, transparent, and responsive consumer protection system in Indonesia's digital economy.

Keywords: Digital Transformation, Consumer Protection, Digital Economy, Bpkn, Regulatory Policy

ARTICLE INFO

Article history:

Received
January 14, 2026
Revised
March 16, 2026
Accepted
April 06, 2026

Published by
ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena
2774-7077

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



@ 2026 by the authors

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk pola konsumsi, transaksi ekonomi, dan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen (Triendi et al., 2025; Amory et al., 2025; Bangsawan, 2023). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, platform digital, serta sistem pembayaran elektronik, telah menciptakan ekosistem ekonomi digital yang semakin kompleks dan dinamis. (Budiman et al., 2025) Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital berlangsung sangat pesat seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat digital oleh masyarakat. Kondisi ini membawa peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional, namun pada saat yang sama memunculkan berbagai tantangan baru dalam aspek perlindungan konsumen. Dalam konteks ini, transformasi digital menuntut lembaga perlindungan konsumen, termasuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), untuk melakukan penyesuaian kebijakan, strategi, serta mekanisme pengawasan agar tetap relevan dengan dinamika ekonomi digital (Purnomo, 2025).

Pertumbuhan pesat transaksi digital, terutama melalui platform e-commerce, marketplace, serta layanan berbasis aplikasi, meningkatkan kompleksitas hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, implikasinya terciptanya consumer empowerment (Rijali, 2025). Konsumen kini tidak hanya berinteraksi dengan pelaku usaha lokal, tetapi juga dengan perusahaan global yang beroperasi melalui platform digital lintas negara. Situasi tersebut memunculkan berbagai risiko baru, seperti penyalahgunaan data pribadi, praktik perdagangan tidak adil, informasi produk yang tidak transparan, hingga potensi penipuan digital (Nidhal et al., 2024; Susilawati, 2025; Wibowo, 2023). Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam era digital memerlukan pendekatan regulasi dan kelembagaan yang adaptif serta berbasis teknologi (Elyani, 2025; Pembayun & Gunawan, 2025).

Dalam kerangka hukum nasional, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kumalasari et al., 2022; Azayaka & Wahyudi, 2023). Undang-undang tersebut memberikan landasan bagi pembentukan berbagai institusi yang berperan dalam melindungi hak-hak konsumen, termasuk BPKN sebagai lembaga yang memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah terkait kebijakan perlindungan konsumen. Namun demikian, regulasi yang ada sebagian besar dirancang sebelum berkembangnya ekonomi digital secara masif. Oleh karena itu, diperlukan transformasi kebijakan dan kelembagaan agar perlindungan konsumen dapat menjawab tantangan yang muncul dalam era ekonomi digital

BPKN memiliki peran strategis dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen nasional melalui fungsi advokasi, pengawasan kebijakan, serta pemberian rekomendasi kepada pemerintah. Dalam konteks ekonomi digital, peran tersebut menjadi semakin penting karena dinamika pasar digital menuntut adanya mekanisme pengawasan yang lebih responsif, transparan, dan berbasis data. Transformasi digital dalam kelembagaan BPKN dapat menjadi instrumen penting untuk meningkatkan efektivitas pengawasan, mempercepat penanganan pengaduan konsumen, serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan perlindungan konsumen. Maulidia et al., 2022 menyatakan BPKN harus mengakselerasi diri terhadap perkembangan layanan digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara transformasi digital dan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital. Ardhianty (2025) & Hutabalian et al., 2025 menyoroti bagaimana ekonomi berbasis data menciptakan tantangan baru terkait privasi dan keamanan konsumen. Sementara itu, Rachmat et al., (2025) dan Maslahah & Sulistiawati (2024) menunjukkan bahwa perkembangan platform digital memerlukan pendekatan regulasi yang lebih adaptif dan berbasis teknologi. Di sisi lain, pentingnya penguatan kelembagaan perlindungan konsumen agar mampu menghadapi perubahan struktur pasar digital (Silalahi, 2022).

Selain itu, kajian mengenai tata kelola perlindungan konsumen digital juga menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, regulator, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem digital yang aman dan berkeadilan. Pendekatan ini dikenal sebagai model multi-stakeholder governance yang menempatkan konsumen sebagai aktor penting dalam sistem ekonomi digital. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab regulator, tetapi juga melibatkan berbagai pihak dalam memastikan praktik bisnis digital yang etis dan transparan (Sari & Irawati, 2025; Maulana, 2025).

Dalam konteks transformasi digital kelembagaan, penggunaan teknologi seperti sistem pengaduan digital, big data analytics, serta artificial intelligence dapat meningkatkan efektivitas pengawasan dan penanganan kasus perlindungan konsumen (Azizah et al., 2024; Melisa et al., 2025). Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan lembaga seperti BPKN untuk memantau tren pengaduan konsumen secara real time, mengidentifikasi potensi pelanggaran secara lebih cepat, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang berbasis bukti. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan paradigma dalam tata kelola perlindungan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, transformasi digital merupakan kebutuhan strategis bagi BPKN dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang semakin kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana transformasi digital dapat mengoptimalkan peran BPKN dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen di Indonesia. Dengan mengkaji berbagai literatur terkait ekonomi digital, tata kelola perlindungan konsumen, serta transformasi kelembagaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur (literature review) untuk menganalisis transformasi digital dalam sistem perlindungan konsumen serta optimalisasi peran BPKN dalam menghadapi ekonomi digital. Metode kajian literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara sistematis berbagai teori, konsep, dan temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian (Sjahrudin et al., 2024; Suganda et al., 2024; Sugiyono, 2019; Creswell & Creswell, 2018). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari artikel jurnal ilmiah, buku akademik, laporan organisasi internasional, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan ekonomi digital dan perlindungan konsumen.

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu identifikasi literatur, seleksi sumber yang relevan, analisis tematik, serta sintesis konseptual (Agus et al., 2023; Evi et al., 2025; Creswell & Creswell, 2018). Literatur yang digunakan terutama berasal dari publikasi akademik yang membahas ekonomi digital, regulasi perlindungan konsumen, serta transformasi digital dalam tata kelola publik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian (research gap) serta merumuskan kerangka analisis mengenai strategi optimalisasi peran BPKN dalam sistem perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Ekonomi Digital dan Tantangan Perlindungan Konsumen

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah struktur pasar dan pola interaksi antara konsumen dan pelaku usaha. (Faisal, 2023; Mahera & Suryadi, 2025; Sasmita & Suryadi, 2025). Teknologi digital memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, efisien, dan tanpa batas geografis (Menarianti et al., 2024). Platform e-commerce, marketplace, serta layanan berbasis aplikasi telah menjadi sarana utama bagi masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi (Kristianti et al., 2024); Manurung & Putri, 2024. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi sektor teknologi, tetapi juga mengubah sistem ekonomi secara keseluruhan. Menurut Asrul, (2024); Kamila et al., (2025); & Sifa et al., (2024), transformasi digital menciptakan model bisnis berbasis data dan platform global, memperluas akses konsumen, meningkatkan efisiensi, serta mempercepat pertumbuhan e-commerce dan persaingan pasar.

Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital berlangsung sangat pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone oleh masyarakat (Rahman et al., 2024; Budiman et al., 2025; Sudiantini et al., 2024). Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah melampaui 200 juta orang, sehingga menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara (Lebang et al., 2023; Riyana et al., 2024). Pertumbuhan tersebut mendorong munculnya berbagai platform perdagangan digital yang mempertemukan konsumen dengan pelaku usaha secara langsung. Namun demikian, perkembangan tersebut juga membawa berbagai tantangan baru dalam aspek perlindungan konsumen, terutama terkait transparansi informasi produk, keamanan transaksi, serta perlindungan data pribadi (Pratama & Sembiring 2024; Rahman et al., 2023).

Salah satu tantangan utama dalam ekonomi digital adalah meningkatnya asimetri informasi antara konsumen dan pelaku usaha (Fatchurrohman et al., 2026). Dalam transaksi digital, konsumen sering kali hanya memperoleh informasi terbatas mengenai kualitas produk, identitas pelaku usaha, maupun keamanan layanan yang digunakan. Kondisi ini dapat menimbulkan potensi kerugian bagi konsumen apabila pelaku usaha tidak menjalankan praktik bisnis yang transparan dan bertanggung jawab. Dominasi platform digital dalam ekosistem ekonomi modern dapat menciptakan ketimpangan kekuatan pasar yang berdampak pada perlindungan konsumen. Gultom et al., (2024) menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum mampu mengakomodir kompleksitas ekosistem e-commerce modern, terutama dalam hal kejelasan tanggung jawab platform digital dan perlindungan hak konsumen.

Selain itu, perkembangan ekonomi berbasis data juga memunculkan tantangan baru terkait privasi dan keamanan informasi konsumen (Rahmadani et al., 2024; Savitri et al., 2024). Banyak perusahaan digital mengumpulkan dan memanfaatkan data konsumen sebagai bagian dari strategi bisnis mereka (Arianto et al., 2025; Rahman et al., 2025). Fenomena ini sebagai surveillance capitalism, merujuk pada praktik pengumpulan data perilaku pengguna secara masif melalui teknologi digital yang kemudian dianalisis dan dimonetisasi untuk memperoleh keuntungan ekonomi (Jauza, 2024; Lipartito, 2025). Dalam konteks ini, perlindungan konsumen tidak hanya

berkaitan dengan kualitas produk atau layanan, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap data pribadi dan keamanan informasi konsumen.

Tantangan lain dalam ekonomi digital adalah meningkatnya potensi praktik perdagangan tidak adil, seperti iklan menyesatkan, manipulasi ulasan produk, hingga penipuan dalam transaksi daring (Gultom et al., 2025; Malani & Zuhrah, 2025; Kinarta & Myharto, 2025). Praktik-praktik tersebut dapat merugikan konsumen karena informasi yang diterima tidak mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya. Menurut Masturi et al., (2025); Bascin et al., (2025); Maulana (2025); Tamrin, (2025); & Muhidin, (2025) mekanisme perlindungan konsumen dalam ekonomi digital perlu diperkuat melalui regulasi yang adaptif dan sistem pengawasan yang berbasis teknologi.

Dalam konteks Indonesia, perlindungan konsumen telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kusumadewi & Sharon, 2022; Apandy et al., 2021). Namun demikian, regulasi tersebut belum sepenuhnya mengakomodasi dinamika ekonomi digital yang berkembang sangat cepat (Suryantoro (2025; Putra, 2024; Sari & Irawaty, 2025). Oleh karena itu, diperlukan upaya pembaruan kebijakan serta penguatan kelembagaan agar perlindungan konsumen dapat menjawab tantangan ekonomi digital secara lebih efektif (Juniwati et al., 2025; Setianingsih et al., 2025).

Dengan demikian, transformasi ekonomi digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi sistem perlindungan konsumen (Pamungkas & Faridah, 2025). Di satu sisi, digitalisasi membuka akses yang lebih luas bagi konsumen terhadap berbagai produk dan layanan (Kamila et al., 2025). Namun di sisi lain, perkembangan tersebut juga menimbulkan berbagai risiko baru yang memerlukan pendekatan regulasi dan pengawasan yang lebih adaptif (Ritonga & Faisal, 2024). Oleh karena itu, penguatan peran lembaga perlindungan konsumen menjadi sangat penting dalam memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital tetap memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas.

Peran Strategis BPKN dalam Sistem Perlindungan Konsumen Digital

BPKN merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia (Shidarta, 2006; Taufikkurrahman, 2016). BPKN bertugas memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah terkait kebijakan perlindungan konsumen serta melakukan pengawasan terhadap implementasi kebijakan tersebut (Nadhira et al., 2023). Dalam konteks ekonomi digital, peran BPKN menjadi semakin strategis karena dinamika transaksi digital menuntut adanya mekanisme perlindungan konsumen yang lebih responsif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Tabansa et al., 2025; Masturi et al., 2025; Mansiz et al., 2024).

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan ekosistem transaksi yang lebih kompleks dibandingkan dengan sistem perdagangan konvensional. Dalam transaksi digital, konsumen berinteraksi dengan berbagai aktor, seperti platform digital, penyedia layanan pembayaran, serta pelaku usaha yang berasal dari berbagai negara. Kompleksitas tersebut menuntut adanya koordinasi yang lebih kuat antara berbagai lembaga pemerintah yang terkait dengan perlindungan konsumen. Sari & Baidhowi, 2025; Aulia et al., 2025) menekankan bahwa regulasi dalam era digital memerlukan pendekatan yang kolaboratif dan lintas sektor.

Dalam menjalankan perannya, BPKN dapat berfungsi sebagai lembaga yang mendorong penguatan kebijakan perlindungan konsumen digital melalui pemberian rekomendasi kepada pemerintah (Fitria & Pratama, 2024). Rekomendasi tersebut dapat mencakup penguatan regulasi terkait transparansi informasi produk, perlindungan data pribadi, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi digital. Menurut Mahdi et al., (2025), kebijakan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital harus mampu menjamin kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan digital.

Literasi digital merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital (Damayanti et al., 2021). Karenanya, BPKN juga dapat berperan dalam meningkatkan literasi konsumen terkait transaksi digital. Literasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan konsumen untuk memahami risiko dan manfaat dari penggunaan platform digital. Konsumen yang memiliki tingkat literasi digital yang baik cenderung lebih mampu mengidentifikasi potensi risiko dalam transaksi digital serta mengambil keputusan yang lebih rasional dalam melakukan pembelian produk atau layanan (Ma'nawiyah et al., 2025; Prabowo et al., 2025).

Peran strategis lainnya adalah memperkuat sistem pengaduan konsumen yang efektif dan mudah diakses oleh masyarakat. Dalam ekonomi digital, pengaduan konsumen sering kali berkaitan dengan transaksi daring yang melibatkan berbagai platform digital (Amaanulloh et al.,

2025). Oleh karena itu, diperlukan sistem pengaduan yang mampu menangani berbagai jenis kasus perlindungan konsumen secara cepat dan transparan. Mekanisme pengaduan yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem perlindungan konsumen (Masturi et al., 2025).

Selain aspek regulasi dan pengaduan, BPKN juga memiliki peran penting dalam mendorong kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem digital yang aman dan berkeadilan (Hamdi et al., 2025). Pendekatan multi-stakeholder governance menjadi penting dalam memastikan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada regulasi pemerintah, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak dalam menjaga praktik bisnis yang etis (Macoy & Hana, 2025; Yogantara, 2025). Dengan demikian, BPKN memiliki posisi strategis dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen di era ekonomi digital. Melalui fungsi advokasi kebijakan, peningkatan literasi konsumen, penguatan sistem pengaduan, serta kolaborasi lintas sektor, BPKN dapat berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang lebih aman, transparan, dan berkeadilan bagi konsumen.

Strategi Transformasi Digital BPKN dalam Memperkuat Perlindungan Konsumen

Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting bagi lembaga perlindungan konsumen dalam menghadapi dinamika ekonomi digital (Gultom et al., 2025). Dalam konteks BPKN, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi, tetapi juga mencakup perubahan dalam tata kelola kelembagaan, mekanisme pengawasan, serta proses pelayanan kepada masyarakat. Digitalisasi kelembagaan dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat kemampuan lembaga dalam merespons berbagai permasalahan konsumen secara lebih cepat dan akurat (Purnomo & Yap, 2024).

Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah pengembangan sistem pengaduan konsumen berbasis digital yang terintegrasi (Utomo et al., 2002). Sistem tersebut memungkinkan konsumen untuk menyampaikan keluhan atau pengaduan secara daring tanpa harus datang secara langsung ke kantor lembaga terkait. Selain meningkatkan aksesibilitas layanan, sistem pengaduan digital juga memungkinkan lembaga perlindungan konsumen untuk mengumpulkan data pengaduan secara lebih sistematis sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan (Erlisa & Sendjaja, 2025).

Pemanfaatan teknologi big data juga dapat menjadi instrumen penting dalam memperkuat sistem pengawasan perlindungan konsumen (Pujianto et al., 2018). Dengan menganalisis data pengaduan konsumen, tren transaksi digital, serta perilaku pasar, BPKN dapat mengidentifikasi potensi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha secara lebih cepat. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan lembaga perlindungan konsumen untuk melakukan pengawasan yang lebih proaktif dapat membantu mengidentifikasi tren dan risiko baru di dalam ekonomi digital (Masturi et al., 2025).

Selain itu, penggunaan teknologi artificial intelligence (AI) dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi proses analisis keluhan konsumen (Syafira et al., 2025). Sistem berbasis AI dapat digunakan untuk mengklasifikasikan jenis pengaduan, mengidentifikasi pola pelanggaran, serta memberikan rekomendasi awal terkait langkah penanganan kasus. Pemanfaatan teknologi AI berpotensi mempercepat proses penyelesaian sengketa konsumen sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. (Oktavia, 2024).

Transformasi digital BPKN dapat menjadi langkah strategis dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen di Indonesia. Melalui pengembangan sistem pengaduan digital, pemanfaatan big data dan AI. BPKN dapat meningkatkan efektivitas pengawasan dan pelayanan kepada konsumen. Strategi tersebut diharapkan dapat menciptakan ekosistem ekonomi digital yang lebih aman, transparan, dan berkeadilan bagi seluruh masyarakat. Hasil merupakan bagian utama penelitian, berisi: hasil bersih tanpa proses analisis data, dan hasil pengujian hipotesis. Hasil dapat disajikan dengan table atau grafik, untuk memperjelas hasil secara verbal

KESIMPULAN

Transformasi ekonomi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi, interaksi pasar, dan perilaku konsumsi masyarakat. Digitalisasi melalui platform e-commerce, marketplace, serta layanan berbasis aplikasi memberikan kemudahan, efisiensi, dan akses yang lebih luas bagi konsumen dalam memperoleh berbagai produk dan layanan. Namun, perkembangan tersebut juga menimbulkan berbagai tantangan baru dalam aspek perlindungan konsumen, seperti asimetri informasi, penyalahgunaan data pribadi, praktik perdagangan tidak adil, hingga

meningkatnya potensi penipuan dalam transaksi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa regulasi perlindungan konsumen yang berlaku saat ini, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, belum sepenuhnya mampu mengakomodasi kompleksitas dinamika ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kebijakan dan pembaruan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital agar mampu memberikan perlindungan yang komprehensif bagi konsumen di era ekonomi digital.

Dalam konteks tersebut, BPKN memiliki peran strategis dalam memperkuat sistem perlindungan konsumen melalui fungsi advokasi kebijakan, peningkatan literasi digital konsumen, penguatan sistem pengaduan, serta kolaborasi lintas sektor dengan berbagai pemangku kepentingan. Transformasi digital dalam kelembagaan BPKN juga menjadi langkah penting untuk meningkatkan efektivitas pengawasan dan pelayanan kepada masyarakat. Pemanfaatan teknologi seperti sistem pengaduan digital terintegrasi, analisis big data, serta penggunaan AI dapat membantu mempercepat proses penanganan pengaduan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan publik. Dengan demikian, penguatan peran kelembagaan dan transformasi digital BPKN diharapkan mampu menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih responsif, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital di Indonesia, melalui penguatan regulasi, peningkatan literasi digital masyarakat, serta sinergi kebijakan lintas sektor yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Agus, A. I., Nurlim, R., Asnaniar, W. O. S., Alam, R. I., Padhila, N. I., Ernasari, & Ramli, R. (2023). Studi literatur (systematic, narrative, scoping, argumentative, theoretical). CV Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/560106-studi-literatur-systematic-narrative-sco-c3132d54.pdf>
- Amaanulloh, I. S., Haq, B., & Satrio, M. D. (2025). Tantangan dan solusi perlindungan konsumen dalam transaksi digital: Perspektif hukum bisnis di Indonesia. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(2). <https://doi.org/10.71312/mrbest.v3i2.301>
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1). <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Apany, P. A. O., Melawati, & Adam, P. (2021). Pentingnya hukum perlindungan konsumen dalam jual beli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>
- Ardhianty, I. W. (2025). Tantangan dan strategi perlindungan konsumen pada layanan perbankan di tengah kemajuan teknologi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(2), 151–162. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4223>
- Arianto, B., Khanifa, F., Suyadi, S., Putra, F. A., Noviansyah, H., & Rona, R. (2025). Pengantar bisnis digital. *Jawara Kreasinografi*. <https://media.neliti.com/media/publications/641958-pengantar-bisnis-digital-fbbf0cda.pdf>
- Asrul, A., Putra, A., & Rajab, M. (2025). Transformasi bisnis di era digital: Peluang, tantangan, dan strategi inovasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14431>
- Aulia, S., Widodo, S., Nurkamila, S., & Febrianty, A. (2025). Model konseptual tata kelola kolaboratif sistem informasi lingkungan daerah berbasis keterbukaan data. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 6583–6590. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4566>
- Azayaka, A. R., & Wahyudi, E. (2023). Perlindungan hukum kepada konsumen terhadap produk skincare tanpa izin edar yang dijual secara online. *Jurnal Hukum, Politik dan Ilmu Sosial*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jhpis.v2i2.1622>
- Azizah, R., Anggraeni, R., & Mustika, Y. S. B. (2024). Peran perlindungan konsumen dalam era digitalisasi perbankan bagi konsumen. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 221–233. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3489>
- Bancin, J. S., Damanik, J. C., Sihotang, R. J. F., & Tambunan, T. S. (2025). Kebijakan hukum bisnis terhadap jaminan dan tantangan digitalisasi dalam transaksi bisnis secara online di era digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(4), 722–729. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i4.5967>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>

- Budiman, D., Iswati, S., & Sitompul, M. K. (2025). Perkembangan ekosistem ekonomi digital di Indonesia: Sebuah kajian literatur. *JUMINTAL: Jurnal Manajemen Informatika dan Bisnis Digital*, 4(1), 115–126. <https://doi.org/10.55123/jumintal.v4i1.5130>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damayanti, O., Sandy, R. W. A., Albaab, S. H. U., & Firmansyah, R. (2021). Pengaruh literasi digital terhadap tingkat penggunaan e-commerce pada UMKM di Indonesia (Studi pada UMKM Kayungyun di Malang). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(8). <https://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/1401>
- Erlisa, M. C., & Sendjaja, T. (2025). Efektivitas aplikasi portal perlindungan konsumen (APPK) dalam perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 5(3). <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i3.6902>
- Elyani. (2025). Urgensi perlindungan konsumen di era digital (Regulasi, potensi dan tantangan). *Smart Goals: Jurnal Bisnis Digital dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.36490/sg.v1i2.1547>
- Evi, T., Gai, A. M., Fauza, M., & Hatchi, I. (2025). Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif: Teknik dan strategi dalam mengolah data. PT Media Penerbit Indonesia. <http://repository.mediapenerbitindonesia.com/621/>
- Faisal, M. T., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi digital: Peran e-commerce dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(4). <https://doi.org/10.62281/e0ae0685>
- Fatchurrohman, M., Irfana, M. S., Puspitasari, F. D., & Sari, F. T. (2026). Asimetri informasi dan greenwashing dalam era pemasaran digital: Peran strategi digital marketing terhadap persepsi keberlanjutan konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2), 1714–1724. <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5714>
- Fitria, Y., & Pratama, A. (2024). Efektivitas Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam menangani kasus penipuan jual-beli tiket online di media sosial. *Jurnal Hukum Progresif*, 7(6). <https://law.ojs.co.id/index.php/jhp/article/view/249>
- Gultom, R. H., Sinurat, N. A., Sirait, J. A., & Purba, B. (2025). Strategi penguatan perlindungan konsumen digital dalam transaksi e-commerce berbasis analisis UU perlindungan konsumen dan UU ITE di Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6). <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i6.10088>
- Hamdi, F., Hertanto, Y., Karunia, C. A., Daniyati, N., & Prayuti, Y. (2025). Perlindungan konsumen dalam era digital: Tantangan dan peluang bagi pelaku usaha dan pemerintah. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1). <https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.13242>
- Hutabalian, R. A., Tanjung, A. A., Manurung, C. M., & Matondang, K. A. (2025). Etika dalam ekonomi digital: Menjaga kepercayaan konsumen di era teknologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7A), 124–133. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10753>
- Jauza, M. R. A. (2024). Surveillance capitalism dalam manajemen data pengguna Facebook pada Pemilu Amerika Serikat 2016 (Skripsi, Universitas Gadjah Mada). <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237506>
- Juniwati, V., Fathanudien, A., & Anugrah, D. (2025). Peran pemerintah dalam melindungi konsumen dari praktik e-commerce merugikan di Indonesia. *Konstituer: Jurnal Ilmu Ketatanegaraan*, 1(1). <https://journal.fhukum.uniku.ac.id/constituer/article/view/1204>
- Kamila, E. R., Andini, A. I. X., & Azzahra, T. (2025). Transformasi digital dan pertumbuhan e-commerce: Dampak, peluang, dan tantangan di era modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 141–145. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3810>
- Kinarta, D., & Myharto, W. S. (2025). Tindak pidana penipuan diskon palsu dalam e-commerce: Kajian hukum dan perlindungan konsumen di Indonesia. *Journal Humaniora: Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial*, 3(2), 124–131. <https://doi.org/10.37010/hmr.v3i2.113>
- Kristianti, T., Balol, W. A., & Dullah, M. (2025). Pemanfaatan platform e-commerce internasional di marketplace global sebagai ekspansi pasar produk ekonomi kreatif. *ABDITEKNIKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 37–45. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v5i1.7525>
- Kumalasari, I., Asfiani, B., Said, Z., & Suarning. (2022). Implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen: Relasi produk perawatan kecantikan di Kota Parepare.

- SIGHAT: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 1(1).
https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/shighat_hes/article/download/3392/1161
- Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Lembaga Fatimah Azzahrah.
<https://repository.unkris.ac.id/id/eprint/2234/1/9786239796983.pdf>
- Lebang, C. G., Priyandita, G., & Wijaya, T. (2023). Transformasi digital Indonesia: Kondisi terkini dan proyeksi. *Laboratorium Indonesia* 2045 (LAB 45).
<https://img.lab45.id/images/article/2023/11/28/257/829transformasi-digital-indonesia-kondisi-terkini-dan-proyeksish.pdf>
- Lipartito, K. 2025. Surveillance Capitalism: Origins, History, Consequences. *Histories* 5(2).
<https://doi.org/10.3390/histories5010002>
- Ma'nawiyah, Y., Harini, D., Sucipto, H., Indriyani, A., & Riono, S. B. (2025). Pengaruh literasi keuangan digital, kepercayaan konsumen dan perilaku risiko keuangan terhadap minat bertransaksi menggunakan QRIS di era digital (Studi kasus pada konsumen di Sarimulya Swalayan, Brebes). *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 4(3), 267–281.
<https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i3.5321>
- Macoy, K., & Hana, U. A. (2025). Perlindungan konsumen dalam transaksi dagang di era digital. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)*, 5(2).
<https://doi.org/10.58794/bns.v5i2.1452>
- Mahera, R. M., & Suryadi, N. (2025). Transformasi mekanisme pasar dalam ekonomi berbasis teknologi digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11), 333–338.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15564449>
- Malani, F., & Zuhrah. (2025). Hak dan kewajiban pelaku usaha dalam ekonomi digital menurut hukum. *Jurnal Tana Mana*, 6(1), 23–32. <https://doi.org/10.33648/jtm.v6i1.820>
- Mansiz, M. I., Wawen, M. A. L., Putra, Z. A., & Citra, H. (2024). Dinamika perlindungan konsumen: Tantangan dan strategi resolusi di Indonesia. *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 1(1), 77–81.
<https://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhp/article/view/117>
- Manurung, M., & Putri, J. (2024). Peran marketplace dalam meningkatkan akses pemasaran UMKM di Indonesia. *AB-JOICE: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 2(2), 74–81.
<https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>
- Masturi, F. N., Herlan, A., Iryatin, A. F. N., & Mardianto, A. (2025). Tantangan dan peran hukum perlindungan konsumen pada era ekonomi digital. *Soedirman Law Review*, 7(1).
<https://doi.org/10.20884/1.slr.2025.7.1.16095>
- Maulana, I. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas peredaran produk palsu di pasar digital. *UKAHU: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 9–16. <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/jukah/article/view/47>
- Maulidia, R., Sutopo, U., & Ningrum, G. P. (2022). Transformasi dan sinergi lembaga perlindungan konsumen dan perguruan tinggi. *Q-Media*.
<https://repository.iainponorogo.ac.id/1405/1/combined.pdf>
- Melisa, AlHafiz, H., Patimah, S., Juwita, M., Marissa, D., Amelia, N., & Nasution, A. H. (2025). Perlindungan konsumen atas produk berbasis AI: Tantangan hukum di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 696–708.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4596>
- Menarianti, I., Rahmanto, B. T., Wijayanti, A., Sungkawati, E., Bintari, W. C., Komariyah, E. F., Anindhita, M., Ngga'a, C. Y. W., Hapsara, O., Prasetya, P., Imron, A., Wardhana, A., Prameswari, F. D., Yanti, S., Anugrah, R., & Abdurohim, A. (2024). E-commerce. CV. Eureka Media Aksara.
<https://repository.uniba.ac.id/1223/1/24-06-66-EBOOK%20E-Commerce.pdf>
- Muhidin, M. (2025). Strategi perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Perlunya reformasi regulasi dan edukasi publik. *PAMARENDA: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 382–401. <https://pamarenda.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/194>
- Nadhira, M. A., Hermawan, S., & Candrakirana, R. (2023). Tinjauan yuridis legalitas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) serta perannya dalam melindungi konsumen di Indonesia. *Jurnal Gloria Justitia*, 3(1).
<https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v3i1.4393>
- Nidhal, M., Indrayadi, S., Budiman, L., & Sutrisna, A. (2024). Menelusuri ulasan online di Indonesia: Dampak pada platform UGC dan konsumen (Makalah Kebijakan No. 62). Center for Indonesian Policy Studies (CIPS). <https://repository.cips->

indonesia.org/media/publications/584827-menelusuri-ulasan-online-di-indonesia-da-ed952d71.pdf

- Oktavia, N. (2024). Pengaruh artificial intelligence terhadap proses mediasi dalam alternative dispute resolution (ADR) di Kanada. *Legal Advice Journal of Law*, 1(2). <https://doi.org/10.51454/j938vw17>
- Pamungkas, G. G., & Faridah, H. (2025). Perlindungan konsumen dalam era digital: Tantangan dan peluang. *Studia: Journal of Humanities and Education Studies*, 1(2), 28–35. <https://edukastra.com/studia/article/view/11>
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital: Tinjauan terhadap implementasi UU perlindungan konsumen di marketplace. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.58819/jfh.v3i2.156>
- Pujianto, A., Mulyati, A., & Novaria, R. (2018). Pemanfaatan big data dan perlindungan privasi konsumen di era ekonomi digital. *Majalah Ilmiah BIJAK*, 15(2), 127–137.
- Purnomo, M. A. P. (2025). Perlindungan konsumen dalam era digital: Kajian terhadap kebijakan hukum di Indonesia. *Ensiklopedia Education Review*, 7(1). <https://doi.org/10.33559/eer.v7i1.3202>
- Purnomo, S., & Yap, N. (2024). Manajemen koperasi dalam era digital: Peluang dan tantangan di abad ke-21. *PT Media Penerbit Indonesia*. <http://repository.mediapenerbitindonesia.com/416/1/8.%20T%20216%20-%20%28FINISH%20LAYOUT%29%20Manajemen%20Koperasi%20Dalam%20Era%20Digital%20%281%29.pdf>
- Putra, G. P. (2024). Permasalahan hukum dalam perlindungan konsumen terhadap produk digital: Tantangan dan solusi di era e-commerce. *Jurnal Hukum Bisnis*, 13(6). <https://doi.org/10.47709/hukumbisnis.v13i06.4930>
- Prabowo, W., Ghazali, A., Asep, & Chalimatusadiah. (2025). Peran literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 6421–6435.
- Pratama, B. P., & Sembiring, S. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam memasuki era digital: Tantangan dan solusi menuju transaksi elektronik yang aman, nyaman dan terpercaya. *Ensiklopedia of Journal*, 6(3). <https://doi.org/10.33559/eoj.v6i3.2582>
- Rachmat, S. P., Alhady, I., Redra, I. D., & Ruslina, E. (2025). Transformasi hukum sebagai pondasi ekonomi digital serta inovasi dalam analisis regulasi dan tantangan implementasi. *Kelola: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(1). <https://doi.org/10.54783/jk.v8i1.1248>
- Rahmadani, A. E., Pangestu, Y., & Halizhah, N. (2024). Perlindungan data pribadi di era digital: Tantangan dan solusi dalam sistem perbankan. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(4), 180–186. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14060556>
- Rahman, A., Kusumadewi, R. A., & Nurzaman, F. (2025). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era transformasi teknologi. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 8–20. <https://doi.org/10.70283/idarah.v2i1.64>
- Rahman, M. A., Hapsari, Y., & Pameli, A. (2024). Studi literatur: Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(1). <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i1.23>
- Rahman, I., Sahrul, S., Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum perlindungan konsumen di era e-commerce: Menavigasi tantangan perlindungan konsumen dalam lingkungan perdagangan digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(8), 704–712. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>
- Rijali, N. F. (2025). Evolusi perilaku konsumen di era digital dan implikasinya terhadap daya beli masyarakat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 1381–1391. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2167>
- Ritonga, A. F. R., & Faisal. (2024). Pengaruh digitalisasi proses hukum acara pidana: Studi komparatif hukum Indonesia dan Thailand (Criminal Procedure Code). *Law Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.46576/lj.v5i1.5772>
- Riyana, D. I., Mala, I. K., & Sutantri. (2024). Peran ekonomi digital terhadap kinerja pasar modern di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 23–31. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i1.1629>

- Sari, I. N., & Irawaty. (2025). Tinjauan yuridis terhadap perlindungan konsumen atas produk digital dalam transaksi elektronik. Dalam *Hukum dan lingkungan* Jilid 1. <https://bookchapter.unnes.ac.id/index.php/hk/article/view/505>
- Sari, E. M., & Baidhowi. (2025). Revolusi regulasi dalam ekonomi syariah: Integrasi teknologi digital untuk optimalisasi penerapan prinsip syariah. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 47–69. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1882>
- Sasmita, N., & Suryadi, N. (2025). Dampak transformasi digital terhadap struktur pasar di era globalisasi: Perspektif ekonomi Islam. *Edusola: Journal Education, Sociology and Law*, 1(2). <https://publisherqu.com/index.php/edusola/article/view/2324>
- Savitri, A. H., Nugraha, A. S., & Arman. (2024). Memahami dampak tantangan privasi terhadap pengungkapan data konsumen dalam pemasaran: Sebuah tinjauan literatur sistematis. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.11589>
- Setianingsih, R., Saputra, T. W., & Nugroho, L. D. (2025). Perlindungan konsumen di era digital: Analisis normatif terhadap e-commerce lintas negara dalam perspektif hukum Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5). <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.10209>
- Pemetaan kelembagaan perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Pro Justitia*, 24(1), 63–80. <https://repository.unikom.ac.id/69114/1/Minggu-5-LEMBAGA-INSTANSI%20DALAM%20KAITANNYA%20DENGAN%20PERLINDUNGAN%20KONSUMEN.pdf>
- Sifa, A., Masruroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi digital e-commerce dalam menguasai konsentrasi pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>
- Silalahi, W. (2022). Urgensi perlindungan konsumen berbasis teknologi digital (The urgency of consumer protection based on digital technology). *Prosiding Seri Seminar Nasional (SERINA)*, 2(1). <https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.19644>
- Sjahrudin, H., Safruddin, Wibowo, G. A., & Mahmud, S. (2024). Metodologi penelitian ilmiah: Panduan praktis untuk perancangan, pelaksanaan, dan analisis data. PT Media Penerbit Indonesia. <http://repository.mediapenerbitindonesia.com/241/1/%28%2BISBN%29K%20208%20-%20Metodologi%20Penelitian%20Ilmiah-halaman-dihapus.pdf>
- Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A., Prastuti, M. A., & Apriliya, M. (2023). Transformasi digital: Dampak, tantangan, dan peluang untuk pertumbuhan ekonomi digital. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(3), 21–30. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i3.1115>
- Suganda, D. A., Haura, R., Widodo, S., & Datu, Y. A. (2025). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan campuran: Teori dan implementasi. PT Media Penerbit Indonesia.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryantoro, D. D. (2025). Analisis hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce terhadap tantangan dan solusi normatif di Indonesia. *Legal Studies Journal*, 5(2), 109–125. <https://doi.org/10.33650/ljs.v5i2.13094>
- Susilawati, A. D. (2025). Analisis kelayakan bisnis berbasis digital: Teori, teknik, dan praktik. PT Media Penerbit Indonesia. <http://repository.mediapenerbitindonesia.com/668/1/Analisis%20Kelayakan%20Bisnis%20Berbasis%20Digital.pdf>
- Syafira, Y., Dewi, A. K., Kristiana, B. K. N. S., Norazlina, Halawa, N., & Susanti, S. (2025). Menganalisis penggunaan teknologi AI dalam personalisasi pengalaman customer. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 233–241. <https://doi.org/10.53494/jira.v11i1.848>
- Tabansa, C. V., Oktaviano, M. S., Aprilya, D. N., & Fikri, M. A. H. (2025). Membangun ekosistem e-commerce Shopee yang berkeadilan: Rekonstruksi perlindungan hak intelektual atas pemalsuan produk skincare melalui pendekatan ekonomi digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(6), 442–454. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i6.7077>
- Tamrin, B. (2025). Analisis hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi digital di Indonesia: Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(6), 3246–3255. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i6.7738>
- Triendi, M. D., Zahra, S., Syaarif, D. H., & Mala, A. (2025). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Proceeding*

- International Seminar on Islamic Studies, 6(1).
<https://doi.org/10.3059/insis.v0i0.23134.g13164>
- Taufikurrahman. (2016). Peran BPOM dan BPKN dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran vaksin palsu. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i1.1053>
- Utomo, H. T., Samopa, F., & Setiawan, B. (2012). Pengembangan sistem pengaduan konsumen terkait bisnis online berbasis Facebook Open Graph Protocol dan SMS gateway. *Jurnal Teknik ITS*, 1(1), A362–A367. <https://media.neliti.com/media/publications/144318-ID-pengembangan-sistem-pengaduan-konsumen-t.pdf>
- Wibowo, A. (2023). Hukum di era globalisasi digital. Yayasan Prima Agus Teknik bekerja sama dengan Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM). https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_AMKF0tPrWAwrmI-eyELK-KqX7d8_cbBZgDWm8z-BkA7UoNYF_X_dSQ_1701851626.pdf
- Yogantara, I. (2025). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi melalui e-commerce menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia). <https://repository.usni.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=4483&bid=4276>