



Perbandingan Hukum Pengawasan Perlindungan Konsumen di Sektor *E-Commerce* Pada Era Ekonomi Digital Antara Indonesia dan Australia

Mohammad Effan Djodie¹, Ningrum Natasya Sirait², Dedi Harianto³

¹Magister Ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia, effandjodie@students.usu.ac.id

²Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia, ningrum.sirait@gmail.com

³Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia, dedifhusu@yahoo.co.id

Corresponding Author: effandjodie@students.usu.ac.id

Abstract: *The rapid growth of e-commerce in the digital economy era in Indonesia and Australia demands effective legal protection for consumers. However, the implementation of such protection still faces challenges, particularly regarding business compliance and the effectiveness of regulatory oversight. This study aims to compare consumer protection oversight in e-commerce between Indonesia and Australia, identify their similarities and differences, and formulate improvements to Indonesia's oversight system by referring to the Australian model. The research uses a normative legal method through library research with a qualitative approach. The findings show that Indonesia regulates e-commerce consumer protection through various laws such as Law No. 8/1999, Government Regulation No. 80/2019, and Ministry of Trade Regulation No. 31/2023, with oversight carried out by agencies such as the Directorate General of Consumer Protection and Trade Compliance (PKTN), the Ministry of Communication and Informatics (Kominfo), BPKN, BPSK, and consumer NGOs. In contrast, Australia adopts an integrated approach through the Competition and Consumer Act 2010, with oversight by the ACCC, ACT, and OAIC. Both countries recognize electronic transactions and provide dispute resolution mechanisms. The key difference lies in regulatory integration and enforcement effectiveness. Indonesia needs regulatory integration, institutional strengthening, and consumer education to build a fair and sustainable e-commerce ecosystem.*

Keyword: *E-Commerce, Comparison, Consumer, Protection*

Abstrak: Pesatnya perkembangan e-commerce di era ekonomi digital di Indonesia dan Australia menuntut perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen. Namun, implementasi perlindungan tersebut masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal kepatuhan pelaku usaha dan efektivitas pengawasan. Penelitian ini bertujuan membandingkan pengawasan perlindungan konsumen e-commerce di Indonesia dan Australia, mengidentifikasi persamaan dan perbedaannya, serta merumuskan pembentahan sistem pengawasan di Indonesia dengan menjadikan Australia sebagai acuan. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif melalui studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Indonesia mengatur perlindungan konsumen e-commerce melalui berbagai regulasi seperti UU No. 8/1999, PP No. 80/2019, dan Permendag No. 31/2023, dengan pengawasan oleh lembaga seperti Ditjen PKTN, Kominfo, BPKN, BPSK, dan LPKSM. Sementara itu, Australia menggunakan pendekatan terintegrasi melalui Competition and Consumer Act 2010, dengan pengawasan oleh ACCC, ACT, dan OAIC. Persamaan keduanya mencakup pengakuan transaksi elektronik dan penyelesaian sengketa, sedangkan perbedaannya terletak pada efektivitas dan integrasi sistem pengawasan. Indonesia perlu membenahi sistem melalui integrasi regulasi, penguatan lembaga, dan edukasi konsumen untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang berkeadilan.

Kata Kunci: *E-Commerce, Konsumen, Perbandingan, Perlindungan*

PENDAHULUAN

Perkembangan global yang mengarah pada pemanfaatan teknologi digital telah mengubah aktivitas ekonomi secara menyeluruh dan menandai lahirnya era ekonomi digital. Ekonomi digital mencakup seluruh kegiatan ekonomi yang bergantung pada internet dan kecerdasan buatan (AI), memungkinkan peralihan dari sistem manual ke otomatis. Platform digital, khususnya *e-commerce*, telah mengubah perilaku konsumen dan pola bisnis secara signifikan. Namun, pertumbuhan ini juga memunculkan tantangan dalam perlindungan hak konsumen, keamanan data, standar produk, dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi digital, didorong oleh tingginya jumlah pengguna internet dan pesatnya adopsi *e-commerce*. Pada tahun 2024, nilai transaksi *e-commerce* diproyeksikan mencapai USD 90 miliar. Meski telah memiliki sejumlah regulasi—seperti UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 7/2014 tentang Perdagangan, dan PP No. 80/2019 tentang Transaksi Elektronik—implementasinya masih lemah akibat rendahnya kesadaran konsumen, kepatuhan pelaku usaha, serta pengawasan yang belum terintegrasi. Lembaga seperti BPKN, BPSK, dan LPKSM telah dibentuk, tetapi aduan konsumen terus meningkat, terutama di sektor *e-commerce*.

Sebaliknya, Australia menerapkan pendekatan terintegrasi melalui *Australian Consumer Law* (ACL) yang diawasi oleh *Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC). Regulasi ini mencakup hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta berlaku penuh untuk transaksi digital. Tingkat kesadaran masyarakat Australia terhadap hak konsumen sangat tinggi, mencapai 92%. Namun, meski sistemnya kuat, penipuan belanja online tetap menjadi lima besar laporan kasus tertinggi pada tahun 2021 dengan kerugian mencapai AUD 8 juta.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa kedua negara masih menghadapi tantangan dalam perlindungan konsumen, meski dalam konteks yang berbeda. Australia unggul dalam pengawasan terpusat dan edukasi konsumen, sedangkan Indonesia masih menghadapi hambatan pada aspek kelembagaan dan koordinasi. Oleh karena itu, Indonesia perlu mengadopsi pendekatan yang lebih terpadu, memperkuat pengawasan digital, serta meningkatkan edukasi masyarakat guna menciptakan ekosistem *e-commerce* yang aman, adil, dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan membandingkan regulasi perlindungan konsumen yang diterapkan di Indonesia dan Australia dalam sektor *e-commerce*, serta mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam pendekatan hukum yang diambil oleh kedua negara.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan mengacu pada peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan dan praktik hukum di masyarakat. Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik, *Australian Competition and Consumer Act 2010*, *Electronic Transaction Act 1999*, *Privacy Act 1988*, Kemudian, bahan hukum sekunder berupa bahan kajian literatur yang terkait dengan isu yang dibahas. Pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan (*library research*). Seluruh data yang dikumpulkan, selanjutnya diinventarisasi, diklasifikasi, dan dianalisis dengan cara memberikan interpretasi terhadap bahan-bahan hukum tersebut menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang didukung dengan logika berpikir secara deduktif, sehingga mengungkapkan hasil yang diharapkan sebagai kesimpulan atas permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A) Pengaturan Hukum Dalam Pengawasan Perlindungan Konsumen Di Sektor E-Commerce Pada Era Ekonomi Digital Antara Indonesia Dan Australia

Perlindungan konsumen di Indonesia merupakan hal yang relatif baru jika dibandingkan dengan banyak negara maju yang sudah lebih dahulu memiliki regulasi yang mengatur hak-hak konsumen. Di Indonesia, sebelum tahun 1999, sistem perlindungan konsumen hampir tidak ada, atau hanya terbatas pada beberapa ketentuan dalam peraturan yang lebih bersifat sektoral atau spesifik. Hal ini menyebabkan konsumen rentan terhadap praktik-praktik bisnis yang merugikan, seperti produk yang tidak aman, penipuan, atau informasi yang tidak akurat. Dalam upaya memberikan jaminan perlindungan terhadap hak-hak konsumen, Indonesia telah mengatur secara komprehensif melalui berbagai regulasi dan membentuk lembaga-lembaga pengawasan. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan payung hukum utama yang menjamin hak-hak konsumen, menetapkan kewajiban pelaku usaha, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPKN dan BPSK. Regulasi ini diperkuat dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang lebih modern dan relevan terhadap perkembangan ekonomi digital, serta Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, dan alat bukti digital.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 dan Permendag No. 31 Tahun 2023 hadir sebagai respons atas pertumbuhan pesat *e-commerce*, mengatur aspek perizinan, iklan, dan batasan platform digital, khususnya media sosial yang juga menjalankan fungsi marketplace. Dalam eksekusinya, pengawasan dilakukan oleh beberapa lembaga seperti Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), serta lembaga independen seperti BPKN dan BPSK. Selain itu, LPKSM turut berperan dalam pengawasan kualitas barang dan jasa di pasar melalui kegiatan riset dan sosialisasi.

Australia menerapkan sistem hukum Anglo-Saxon (*common law*) yang memberikan peran penting pada preseden hukum dan putusan pengadilan dalam membentuk norma hukum. *Australian Consumer Law* (ACL) yang terkodifikasi dalam *Competition and Consumer Act 2010* (CCA) menjadi kerangka hukum utama perlindungan konsumen di negara tersebut. ACL mengatur jaminan konsumen, larangan praktik dagang menyesatkan, dan ketentuan penyelesaian sengketa (Government, 2025).

Beberapa putusan pengadilan penting turut memperkuat perlindungan konsumen di sektor e-commerce. Misalnya, dalam kasus Valve, pengadilan menyatakan bahwa perusahaan game asal Amerika Serikat telah melanggar ACL karena menolak

pengembalian dana kepada konsumen Australia, walaupun perusahaan tersebut berbasis di luar negeri. Putusan ini memperluas cakupan hukum konsumen Australia dalam konteks global. Dalam kasus Meta (Facebook), pengadilan menyatakan bahwa aplikasi VPN Onavo milik Meta menyesatkan pengguna karena tidak secara transparan mengungkapkan praktik pengumpulan data. Kedua putusan ini menjadi preseden penting dalam pengembangan perlindungan konsumen digital di bawah sistem hukum *common law*. Australia memiliki 3 lembaga yang menangani perlindungan konsumen terhadap *e-commerce*.

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), lembaga independen yang bertanggung jawab atas pengawasan persaingan usaha dan perlindungan konsumen. ACCC menangani praktik anti persaingan seperti kartel, merger, dan informasi menyesatkan dalam pasar, termasuk sektor *e-commerce*. (Commission, 2025) Australian Competition Tribunal (ACT), lembaga yang memeriksa kembali keputusan ACCC terkait merger dan akuisisi. ACT memastikan bahwa keputusan penggabungan tidak merugikan konsumen serta tetap menjaga iklim persaingan usaha yang sehat.

Office of the Australian Information Commissioner (OAIC), lembaga yang mengawasi pelaksanaan Privacy Act 1988, khususnya dalam konteks perlindungan data pribadi. OAIC bekerja sama dengan ACCC dalam menindak pelanggaran privasi dan memastikan keamanan data dalam transaksi digital. Pesatnya perkembangan *e-commerce* beberapa tahun belakangan ini membuat *e-commerce* menjadi prospek bisnis yang besar dalam dunia perdagangan. Menurut riset yang dilakukan A.T Kearney dengan jumlah penduduk yang hampir lebih dari 240 juta jiwa, pasar *e-commerce* Indonesia pada tahun 2013 mencapai US\$ 1,3 miliar. Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis *e-commerce*, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 39 juta dimana sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi. (Kearney, 2015),

Perkembangan aturan-aturan perdagangan juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi. Pengaruh teknologi tersebut semakin nyata dengan lahirnya *e-commerce*. Perkembangan yang cukup signifikan terjadi dengan melihat dari kuantitas transaksi melalui sarana *e-commerce* ini. Pengaturan perlindungan konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diperkuat oleh regulasi spesifik untuk transaksi digital. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi produk lengkap dan memberikan kompensasi jika barang/jasa tidak sesuai (Konsumen, 1999). Pada Tahun 2019, Pemerintah mengeluarkan PP 80/2019 merupakan regulasi yang lebih spesifik mengatur tentang perdagangan elektronik di Indonesia. Peraturan ini bertujuan untuk menciptakan sistem perdagangan *online* yang aman dan adil, serta melindungi hak-hak konsumen yang bertransaksi melalui platform digital. Australia mengatur Pengaturan perlindungan konsumen *e-commerce* dengan tujuan untuk memberikan perlindungan yang kuat bagi konsumen yang bertransaksi secara online, serta memastikan bahwa praktik perdagangan dilakukan secara adil dan transparan. Dasar hukum utama untuk perlindungan konsumen di Australia adalah *Australian Consumer Law* (ACL), yang menjadi bagian dari *Competition and Consumer Act 2010*. ACL memberikan hak yang jelas kepada konsumen terkait produk atau jasa yang dibeli secara online, termasuk hak untuk mendapatkan barang yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual. Peraturan ini mengharuskan penjual untuk memastikan bahwa produk yang dijual aman digunakan dan sesuai dengan standar yang diiklankan. (Syuib, 2020)

Perlindungan data pribadi di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) menandai tonggak baru bagi keamanan siber dan hak konsumen di Indonesia. (Indonesia.go.id, 2024) UU tersebut resmi berlaku 17 Oktober 2024 dan diharapkan memberi payung hukum kuat untuk melindungi privasi warga dalam transaksi digital . UU Perlindungan Data Pribadi mengakui hak subjek data seperti hak akses, koreksi, dan penghapusan data pribadi sekaligus mewajibkan pengendali data (termasuk platform *e-commerce*) memproses data secara sah. Dalam masa transisi ini Komdigi bertindak sebagai pengawas sementara untuk memastikan pengelola data tidak menyalahgunakan informasi pengguna. Komdigi mengimbau agar pelaku usaha digital tetap menjaga keamanan data dan mematuhi prinsip perlindungan data sesuai UU PDP. Sebagai perbandingan, Australia telah lebih dahulu menerapkan kerangka perlindungan data yang komprehensif. *Privacy Act 1988* adalah undang-undang utama yang mengatur penanganan informasi pribadi. Dengan demikian, hampir semua pelaku *e-commerce* berskala besar di Australia termasuk dalam cakupan hukum ini. Perbedaan mendasar antara kedua negara terlihat pada sistem kelembagaan dan implementasi hak konsumen. Di Indonesia, UU PDP mengamanatkan pembentukan badan pengawas di bawah pemerintah. (Matheus, 2024).

B) Persamaan dan Perbedaan Implementasi Pengaturan Pengawasan Perlindungan Hukum Konsumen di Sektor E-Commerce Pada Era Ekonomi Digital Antara Indonesia dan Australia

Di Indonesia, penyelesaian sengketa konsumen dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang merupakan lembaga khusus yang dibentuk untuk menangani perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, BPSK memiliki karakteristik sebagai lembaga yang bersifat pasif, artinya lembaga ini hanya dapat bertindak apabila terdapat pengaduan atau permohonan dari masyarakat yang merasa dirugikan dalam konteks perlindungan konsumen. (Yuanitasari, 2019) di Australia terdapat *Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC), yang merupakan lembaga perlindungan konsumen yang bersifat aktif dan memiliki cakupan kewenangan yang jauh lebih luas. ACCC tidak hanya berperan dalam menyelesaikan sengketa konsumen, tetapi juga menjalankan fungsi pengawasan, pencegahan, dan penegakan hukum dalam rangka melindungi konsumen dari praktik usaha yang tidak adil atau merugikan. Keunggulan ACCC terletak pada kemampuannya untuk bertindak secara mandiri tanpa perlu menunggu adanya pengaduan atau arahan terlebih dahulu. (Hay, 2021).

Perlindungan hukum terhadap konsumen di sektor *e-commerce* di Indonesia dan Australia memiliki sejumlah persamaan yang cukup signifikan, meskipun diatur oleh sistem hukum yang berbeda. Di Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), sedangkan di Australia diatur dalam Australian Consumer Law (ACL) yang merupakan bagian dari *Competition and Consumer Act 2010*. Kedua negara sama-sama melarang praktik usaha yang menyesatkan atau menipu konsumen. UUPK secara tegas melarang pelaku usaha memberikan informasi palsu atau menyesatkan tentang barang atau jasa, sebagaimana diatur dalam Pasal 10 dan 13, sementara di Australia, larangan serupa ditegakkan oleh *Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC). Selain itu, kedua sistem hukum memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan secara daring. Dalam hal penegakan hukum, baik Indonesia maupun Australia memberlakukan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar, berupa pidana dan denda di Indonesia, serta denda yang sangat besar di Australia, yaitu hingga AUD 1,1 juta bagi perusahaan. Keduanya juga aktif dalam edukasi dan penyuluhan, di mana ACCC dan BPKN sama-sama menyediakan panduan dan

informasi untuk membantu pelaku usaha dan konsumen memahami hak dan kewajiban mereka dalam ekosistem *e-commerce*.

Persamaan ini mencerminkan keseriusan kedua negara dalam menjamin keamanan dan keadilan bagi konsumen di tengah berkembangnya perdagangan digital. Praktik transaksi *e-commerce* banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu kontrak jual beli yang sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat.

Perbedaannya hanya pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, media yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet. Sehingga kesepakatan ataupun kontrak yang tercipta adalah melalui online. Hampir sama dengan kontrak jual beli pada umumnya, kontrak jual beli online tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain. (Makarim, 2003). asas-asas dan prinsip-prinsip yang digunakan dalam penyelenggaraan pengawasan perlindungan konsumen di Indonesia dan Australia. Perbedaan pendekatan teknis dan operasional, perbedaan muncul dalam aspek pendekatan teknis pelaksanaan kebijakan. Prinsip transparansi dan proportionality dari Australia menunjukkan pendekatan berbasis tata kelola modern, di mana tindakan penegakan hukum dilakukan secara terbuka dan disesuaikan dengan tingkat pelanggaran. Di sisi lain, prinsip Indonesia seperti manfaat dan keseimbangan lebih menekankan pada perlindungan masyarakat luas dan menjaga hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Sementara Australia mengandalkan penegakan berbasis proses hukum dan pengawasan institusional, Indonesia masih cenderung menggunakan pendekatan preventif dan edukatif dalam penegakan perlindungan konsumen, terutama di sektor *e-commerce* yang berkembang pesat. Hal ini menunjukkan perbedaan tingkat institusionalisasi dan kapasitas penegakan di antara kedua negara.

C) Pembentahan Pengaturan Pengawasan Perlindungan Konsumen di Sektor *E-Commerce* Pada Era Ekonomi Digital Oleh Indonesia Berpedoman Dari Regulasi Australia

Perlindungan konsumen dalam sektor *e-commerce* semakin menjadi perhatian utama di banyak negara seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang memfasilitasi transaksi jual beli secara *online*. Australia, melalui *Competition and Consumer Act 2010 (CCA)*, telah mengimplementasikan serangkaian regulasi yang sangat efektif dalam melindungi hak-hak konsumen di sektor *e-commerce*. Pengaturan yang diterapkan oleh *Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)* mencakup beberapa aspek penting yang menjamin perlindungan konsumen, seperti pemberian edukasi terkait hak dan kewajiban konsumen, mekanisme penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik tidak adil, serta sistem penyelesaian sengketa yang lebih transparan dan efisien. Keberhasilan Australia dalam mengatur sektor ini dapat dijadikan referensi bagi negara lain, termasuk Indonesia, yang sedang berupaya meningkatkan kualitas regulasi perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*. Dengan mengadaptasi beberapa kelebihan dari pengaturan yang ada di Australia.

Indonesia dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan responsif terhadap dinamika pasar digital yang terus berkembang. Australia menggabungkan undang-undang persaingan usaha dan konsumen menjadi 1 (satu) yang itu jelas berbeda dengan Indonesia yang memisahkan undang-undang persaingan usaha dan konsumen. Australia menggabungkan persaingan usaha dan perlindungan konsumen dalam satu undang-undang melalui *Competition and Consumer Act 2010* untuk menciptakan sistem regulasi yang lebih efisien. Pendekatan ini memungkinkan penegakan hukum yang lebih terkoordinasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan memastikan hasil pasar yang lebih baik bagi

konsumen dan pelaku usaha. Pendekatan ini juga membantu Australia beradaptasi dengan pasar global yang berkembang pesat dan semakin kompleks. Dengan penggabungan 1 (satu) Undang-Undang Australia juga menciptakan 1 (satu) lembaga yang juga khusus mengenai persaingan usaha dan Konsumen. Indonesia sendiri membahas perlindungan konsumen dalam UU No.8/99, UU No.7/2014, UU no 1/2024 ITE, UU No.27/2022, PP No.80/2019 dan Permedag No.31/2023. Meskipun terdapat lebih dari 1 (satu) Undang-Undang yang memberikan kontribusi terhadap perlindungan hak-hak konsumen, sistem regulasi yang terpisah ini memerlukan pengintegrasian lebih lanjut untuk mengoptimalkan penanganan sengketa dan peningkatan koordinasi antar lembaga yang menangani masalah tersebut. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan Australia yang menggabungkan regulasi persaingan usaha dan perlindungan konsumen dalam satu undang-undang memiliki keunggulan yang signifikan dalam menciptakan sistem hukum yang lebih efisien, terkoordinasi, dan adaptif terhadap dinamika pasar digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, Indonesia dapat belajar dari pengaturan di Australia dengan mencoba untuk mengintegrasikan beberapa aspek terbaik dari sistem regulasi tersebut, agar dapat menyusun kebijakan perlindungan konsumen di sektor *e-commerce* yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar digital yang terus berubah.

Perbandingan perlindungan konsumen di Australia dan Indonesia, terutama dalam menghadapi sektor *e-commerce*, dapat dilihat dari beberapa aspek penting yang mencakup tanggung jawab produsen terhadap kualitas produk, penerapan jaminan konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Australia, melalui *Competition and Consumer Act 2010*, menerapkan standar yang sangat ketat terkait dengan kualitas dan keselamatan produk yang dijual di pasarnya, baik produk domestik maupun impor. Pemasok atau produsen diharuskan memastikan bahwa produk yang mereka pasarkan aman dan memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan. Jika barang yang dipasarkan tidak memenuhi standar keselamatan, produsen wajib menarik produk tersebut secara sukarela dan melaporkannya kepada otoritas terkait. Secara keseluruhan, Australia menawarkan sistem perlindungan konsumen yang lebih terkoordinasi dan efisien, terutama melalui penggabungan regulasi yang mengatur persaingan usaha dan perlindungan konsumen dalam satu undang-undang yang terpadu, yaitu *Competition and Consumer Act 2010*. Sistem ini memungkinkan penegakan hukum yang lebih cepat dan lebih transparan, serta memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Indonesia, meskipun memiliki regulasi yang sudah mencakup perlindungan konsumen, dapat belajar dari pendekatan ketat Australia untuk memperkuat perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*, terutama dalam hal kualitas produk, jaminan konsumen, dan penyelesaian sengketa yang lebih efisien.

Pada Lembaga yang berperan dalam perlindungan konsumen, Dalam BPKN, menurut pasal 34 bahwa BPKN memiliki tugas untuk menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat atau pelaku usaha akan tetapi tidak dijelaskan lebih lanjut terkait langkah atau kewenangan yang dimiliki BPKN dalam memproses pengaduan yang diterima apakah BPKN kewenangan memiliki kewenangan investigasi atau tidak? dan bagaimana pengaduan tersebut diproses? berbeda dengan ACCC dimana dijelaskan bahwa ACCC dapat menerima pengaduan terkait pelanggaran hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha dan ACCC berwenang melakukan investigasi atau pun aksi dalam penegakan hukum perlindungan konsumen yang CCA 2010. Bagi konsumen yang mengalami kerugian di australia wajib melakukan pelaporan kepada ACCC. dengan melalui ACCC, ACCC yang akan merekomendasikan dan membantu memutuskan bahwa tindakan litigasi atau tidak dengan memperhatikan beberapa hal. Pada pasal 48 Undang-Undang no 8 tahun 99 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi tanpa BPSK akan karena itu bagi yang

dirugikan tidak harus melalui BPSK yang menjadikan bpsk hanya semacam lembaga konsultasi bagi konsumen yang dirugikan.dalam kasus seperti ini BPSK hanya berperan dalam membantu yang dirugikan dan menjadi pengarah, konsumen mau menyelesaikan masalah lewat litigasi atau non litigasi.jadi bagi konsumen yang dirugikan dapat melaporkan melalui kepolisian baru ke pengadilan.

Maka karena itu perbedaan pada lembaga yang di Australia wajib melaporkan ke ACCC melainkan indonesia konsumen memilih berdasarkan pasal 45 mau menggugat melalui lembaga BPSK atau melalui litigasi secara mandiri melalui peradilan umum. Dalam hal kewenangan BPKN terkait dengan perlindungan konsumen transaksi jual beli online tidak memiliki kewenangan lebih untuk melindungi konsumen, kewenangan BPKN pun sdh diatur dalam UUPK. BPKN tidak diberi kewenangan lebih karena badan ini merupakan badan advisor. Berbeda dengan ACCC yang tidak hanya lembaga yang mengedukasi masyarakat akan persaingan usaha dan konsumen akan tetapi menjadi lembaga tempat masyarakat bisa mengadu dan membantuk para masyarakat yang terkena sengketa konsumen. ACCC juga akan membantu mengarahkan kearah mana untuk penyelesaian sengketa. Hal ini berbeda dikarenakan indonesia peran BPKN merupakan peran advisor dan untuk penyelesaian sengketa dilakukan pada lembaga BPSK.

Dapat disimpulkan bahwa di Indonesia banyak sekali lembaga atau unit yang terkait dengan upaya perlindungan konsumen, banyaknya lembaga ini disatu sisi merupakan kekuatan dalam perlindungan konsumen, namun disisi lain berpotensi menimbulkan disharmoni karena adanya perbedaan kepentingan masing-masing lembaga tersebut. BPKN juga turut berperan dalam melakukan pengawasan perlindungan konsumen melalui tugasnya yakni menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 34 Ayat (1) huruf f UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lebih lanjut dalam Penjelasan Pasal 2 Ayat (2) huruf f Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional menjelaskan bahwa apabila terdapat aduan yang masuk ke BPKN, baik dari masyarakat, LPKSM maupun pelaku usaha, selanjutnya, BPKN akan menyelesaikan pengaduan tersebut dengan memberikan saran untuk menyelesaikan sengketa. Dalam hal ini, tugas menerima pengaduan oleh BPKN merupakan upaya memenuhi fungsinya untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Menurut Yusuf Shofie dalam Sinopsis dan Komentar Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Panduan bagi Konsumen dan Pelaku Usaha, praktik pelaksanaan perlindungan konsumen seyogyanya selalu dikritisi oleh BPKN agar tetap berpihak pada perlindungan konsumen sesuai UU 8/1999 (Shofie, 2002). Dapat disimpulkan bahwa, bentuk tindak lanjut pengaduan sengketa konsumen ke BPKN berupa saran untuk menyelesaikan sengketa, maupun saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam menyusun kebijakan perlindungan konsumen. Pemerintah dapat mengembangkan strategi pemantauan yang menggunakan teknologi untuk mendeteksi praktik bisnis yang merugikan konsumen dan dapat merugikan integritas pasar. Langkah ini akan membantu memitigasi risiko potensial dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem *e-commerce*. Penguatan kerjasama antara pemerintah, *platform e-commerce*, dan asosiasi bisnis juga menjadi aspek penting. (Ghozali, 2024) Melalui dialog terus-menerus, pemerintah dapat memahami lebih baik tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis *online* dan mencari solusi bersama yang mendukung pertumbuhan sektor *e-commerce* sambil tetap melindungi konsumen. Dengan pendekatan yang proaktif dan adaptif terhadap dinamika *e-commerce*, pemerintah dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan sektor ini, sambil tetap

memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen yang semakin terlibat dalam transaksi daring. Kehadiran regulasi yang komprehensif mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran masyarakat terhadap pengetahuan produk diharapkan dapat mengurangi risiko praktik perdagangan yang tidak jujur, sehingga melindungi konsumen, khususnya dalam konteks *e-commerce*. Perlunya perbanyak pedoman bagi perlindungan terhadap konsumen agar menurunkan angka sengketa terhadap konsumen. (Riswanto, 2024) Pemerintah juga diharapkan lebih memperbanyak edukasi terhadap masyarakat akan pentingnya hak konsumen. Dengan Australia yang mencakup perlindungan konsumen dalam 1 (satu) lembaga yaitu ACCC dan 1 (satu) Undang-undang ACL juga mempermudah untuk mengetahui akan perlindungan konsumen dan juga mempermudah konsumen yang merasa dirugikan untuk melaporkan jika terjadi sengketa. Pengaturan ini menunjukkan bahwa Australia serius dalam menangani pelanggaran terhadap tindakan pemberita informasi salah dan/atau menyesatkan mengenai harga suatu barang. Dari Pengaturan Australia juga dapat menjadi contoh bagi Indonesia untuk menanggapi sengketa terhadap konsumen yang merasa dirugikan.

KESIMPULAN

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur melalui UU No. 8/1999, UU No. 7/2014 tentang Perdagangan, UU No. 1/2024 tentang ITE, PP No. 80/2019, Permendag No. 31/2023, dan UU No. 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Pengawasan dilakukan oleh BPKN, BPSK, dan LPKSM. Di Australia, pengaturan perlindungan konsumen dilakukan secara terintegrasi melalui *Competition and Consumer Act 2010*, *Electronic Transactions Act 1999*, dan *Privacy Act 1988*, dengan pengawasan terpusat oleh ACCC. Kedua negara melarang praktik penyesatan, menjamin hak konsumen, dan mendorong tanggung jawab pelaku usaha. Indonesia menekankan asas manfaat dan edukasi preventif, sementara Australia menonjolkan penegakan hukum dan pengawasan institusional yang kuat. Perbedaan ini mencerminkan perbedaan kapasitas kelembagaan di masing-masing negara. Australia menggunakan satu regulasi nasional yang mengatur perlindungan konsumen dan persaingan usaha secara terintegrasi, sehingga lebih efisien dan terkoordinasi. Sebaliknya, regulasi Indonesia tersebar di berbagai peraturan yang sering tumpang tindih, menyebabkan lemahnya efektivitas pengawasan dan implementasi perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*.

REFERENSI

- Australian Competition and Consumer Act 2010
Commission, A. C. (2025). ACCC. Diambil kembali dari ACCC:
<https://www.accc.gov.au/about-us/accc-role-and-structure/about-the-accc/accc-milestones>
- Electronic Transaction Act 1999
Ghozali, A. (2024). Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce: regulasi dan peran pemerintah. Ethics and Law Jorunal; Business and Notary, 136-141.
- Government, A. (2025). Australian Competition Tribunal. Diambil kembali dari
<https://www.directory.gov.au/portfolios/treasury/department-treasury/australian-competition-tribunal?>
- Hay. (2021). Competing Explanation for Parallel Conduct: Lesson from the Australian Detergent Case. Studies Research Paper, 1-21.
- Indonesia.go.id. (2024). Era Baru Perlindungan data pribadi. Diambil kembali dari Indonesia.go.id: www.indonesia.go.id
- Kearney, A. (2015). Liffting the Barriers Of E-Commerce In ASEAN. CIMB ASEAN Reasearch Institute.
- Makarim, E. (2003). Kompilasi Hukum Telematika. Jakarta: Rajagrafindopersada.

- Matheus, J. &. (2024). Pembentukan Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi Di Era Ekonomi Digital: Kajian Perbandingan dengan KPPU. *Justisi*, 20-35.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)
- Privacy Act 1988
- Riswanto, A. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era digital*. PT Sonpedia Publishing.
- Shofie, Y. (2002). Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Syuib, M. (2020). The Protection of Online Shopping Consumer Rights In Australia. *Jurnal Justisia*.
- Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No.27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi
- Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- Yuanitasari, D. (2019). Eksistensi BPSK Dalam Pengawasan Pencantuman Klausula Baku dalam Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Indoneisa. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 425-435.