	<p><i>Home of Management and Bussiness Journal</i> (HOMBIS) https://jurnal.unimugo.ac.id/index.php/HOMBIS</p>	<p><i>Vol. 5 No. 1</i> (2026)</p>
--	--	--

KUALITAS LAYANAN & DINAMIKA PERLINDUNGAN KONSUMEN ERA EKONOMI DIGITAL: KAJIAN KUALITATIF TERHADAP PERAN BPKN

Antoni Ludfi Arifin¹

¹Institut STIAM I

Corresponding Author: ludfi@stiami.ac.id

DOI: 10.26753/hombis.v5i1.2107

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, sekaligus menimbulkan tantangan baru terkait kualitas layanan dan perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan digital, perlindungan konsumen, dan kepuasan pelanggan, serta mengkaji peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam ekosistem ekonomi digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur bersumber dari jurnal ilmiah, buku, dan dokumen kebijakan, yang dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Sebanyak 87 sumber literatur digunakan dalam analisis ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital yang mencakup keamanan data, transparansi informasi, dan kecepatan respons berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen. Namun, masih terdapat berbagai tantangan seperti asimetri informasi, kegagalan layanan, lemahnya mekanisme pengaduan, serta keterbatasan peran BPKN dalam aspek kewenangan dan koordinasi kelembagaan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang adaptif, peningkatan kapasitas kelembagaan BPKN, serta literasi digital konsumen untuk mewujudkan ekosistem digital yang adil, aman, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Perlindungan Konsumen, Digital.

Abstract

The development of the digital economy has fundamentally transformed the patterns of interaction between businesses and consumers, while simultaneously introducing new challenges related to service quality and consumer protection. This study aims to analyze digital service quality, consumer protection, and customer satisfaction, as well as to examine the role of the National Consumer Protection Agency (Badan Perlindungan Konsumen Nasional/BPKN) within the digital economy ecosystem. The research employs a qualitative approach using a literature review method, drawing on scholarly journal articles, academic books, and policy documents, which are analyzed through thematic analysis techniques. A total of 87 literature sources were utilized in this study. The findings indicate that digital service quality—encompassing data security, information transparency, and responsiveness—has a significant influence on consumer trust and satisfaction. However, several challenges persist, including information asymmetry, service failures, weak complaint-handling mechanisms, and limitations in BPKN's authority and institutional coordination. Therefore, strengthening adaptive regulatory frameworks, enhancing BPKN's institutional capacity, and improving consumer digital literacy are essential to fostering a fair, secure, and sustainable digital ecosystem.

Keywords: Service Quality, Consumer Protection, Digital.



PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah secara fundamental pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, terutama melalui pemanfaatan platform daring, e-commerce, serta layanan berbasis aplikasi (Barykin et al., 2020; Rita et al., 2019; Verhoef et al., 2016). Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperluas akses pasar dan mempercepat arus informasi secara global. (Syamsiah et al., 2024; Sutomo, 2025; Mirzaye & Mohiuddin, 2025; He et al., 2024). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital menunjukkan tren signifikan yang didorong oleh penetrasi internet dan adopsi teknologi digital oleh masyarakat (Zainuddin et al., 2025; Artanti et al., 2025). Namun demikian, di balik peluang tersebut, muncul tantangan baru terkait kualitas layanan yang berdampak langsung terhadap perlindungan konsumen dan kepuasan pelanggan dalam ekosistem digital yang semakin kompleks.

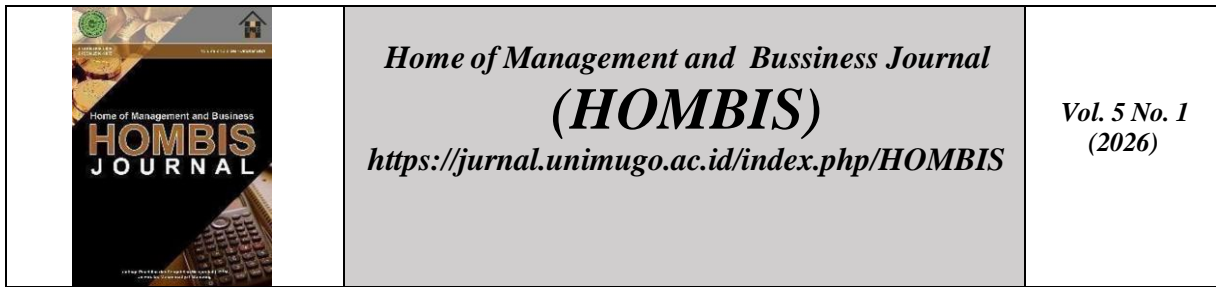
Kualitas layanan merupakan konsep multidimensional yang merujuk pada kemampuan suatu penyedia jasa dalam memenuhi atau melampaui harapan konsumen secara konsisten. Parasuraman et al. (1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja layanan yang dirasakan, sedangkan Grönroos (1984) menekankan bahwa kualitas layanan mencakup dimensi teknis (apa yang diberikan) dan fungsional (bagaimana layanan diberikan). Dalam konteks ekonomi digital, kualitas layanan, tidak lagi terbatas pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebagaimana dikemukakan dalam model SERVQUAL, melainkan berkembang ke arah integrasi sistem digital, keamanan data, transparansi informasi, serta kecepatan respons berbasis teknologi (Parasuraman et al. 1985; Ighomereho et al., 2022; Apidana & Prasetyo, 2023; Yovian & Pratama, 2025; He et al., 2024; Jabri & Ahmad, 2025)) Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 2005; Blut et al., 2015; Rita et al., 2019). Namun, kompleksitas transaksi digital juga

meningkatkan potensi risiko seperti penipuan *online*, kebocoran data pribadi, serta ketidaksesuaian produk, yang pada akhirnya menuntut adanya sistem perlindungan konsumen yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi (Zainuddin et al., 2025; Rahman et al., 2023; OECD, 2010).

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik yang merugikan. Menurut Ihwanudin et al., (2025), perlindungan konsumen berkaitan dengan upaya menjaga hak-hak konsumen dalam memperoleh informasi, keamanan, dan kepuasan atas produk atau jasa. Sementara itu, OECD (2010) mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai kerangka kebijakan dan regulasi yang bertujuan untuk memastikan transaksi yang adil, transparan, dan aman bagi konsumen.

keberadaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) memiliki peran strategis sebagai lembaga yang memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah serta melakukan advokasi bagi konsumen (Pratama et al., 2025). BPKN diharapkan mampu menjembatani kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha dalam menghadapi dinamika ekonomi digital (Fadzilah et al., 2025). Namun, efektivitas peran BPKN dalam mengawal kualitas layanan digital masih menjadi pertanyaan, mengingat masih tingginya jumlah pengaduan konsumen serta belum optimalnya mekanisme pengawasan berbasis digital (Rahman et al., 2025; Rahman et al., 2023).

Sejumlah studi terdahulu lebih banyak menekankan hubungan kuantitatif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan tanpa mengkaji secara mendalam aspek perlindungan konsumen dalam konteks kelembagaan. Misalnya, penelitian oleh Blut et al. (2015) dan Rita et al. (2019) berfokus pada e-service quality dan dampaknya terhadap customer satisfaction, tetapi belum memasukkan variabel perlindungan konsumen sebagai bagian integral dari analisis. Sementara itu, penelitian Rahman et al. (2023) dan Hamdi et al. (2025) menyoroti tantangan perlindungan konsumen di era digital, namun belum mengaitkannya secara komprehensif dengan kualitas layanan dan peran lembaga seperti BPKN. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diisi melalui pendekatan yang lebih holistik dan kontekstual.



Kesenjangan lainnya terletak pada pendekatan metodologis yang dominan kuantitatif, sehingga belum mampu menggali secara mendalam dinamika interaksi antara kualitas layanan, perlindungan konsumen, dan kepuasan pelanggan. Padahal, dalam konteks ekonomi digital yang kompleks, pendekatan kualitatif diperlukan untuk memahami fenomena secara lebih komprehensif, termasuk persepsi konsumen, praktik pelaku usaha, serta peran institusi seperti BPKN dalam membentuk ekosistem perlindungan konsumen yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut melalui kajian kualitatif yang menempatkan BPKN sebagai aktor kunci dalam analisis.

Pentingnya penelitian ini terletak pada urgensi penguatan sistem perlindungan konsumen di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital. Tanpa kualitas layanan yang baik dan sistem perlindungan yang memadai, kepercayaan masyarakat terhadap ekosistem digital dapat menurun, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan ekonomi digital itu sendiri. Selain itu, penelitian ini juga relevan dalam mendukung perumusan kebijakan yang berbasis bukti (*evidence-based policy*), khususnya dalam meningkatkan peran lembaga perlindungan konsumen sebagai lembaga yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen modern (OECD, 2024; UNCTAD, 2017; Masturi et al., 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam kualitas layanan dalam konteks ekonomi digital serta kaitannya dengan perlindungan konsumen dan kepuasan pelanggan, dengan fokus pada peran BPKN. Ekonomi digital dalam penelitian ini dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang berbasis pada teknologi digital, termasuk transaksi elektronik, platform digital, dan integrasi data yang memengaruhi perilaku konsumen dan model bisnis (Bukht & Heeks, 2017; Tapscott, 1997). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi perlindungan konsumen digital serta merumuskan strategi penguatan peran BPKN dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

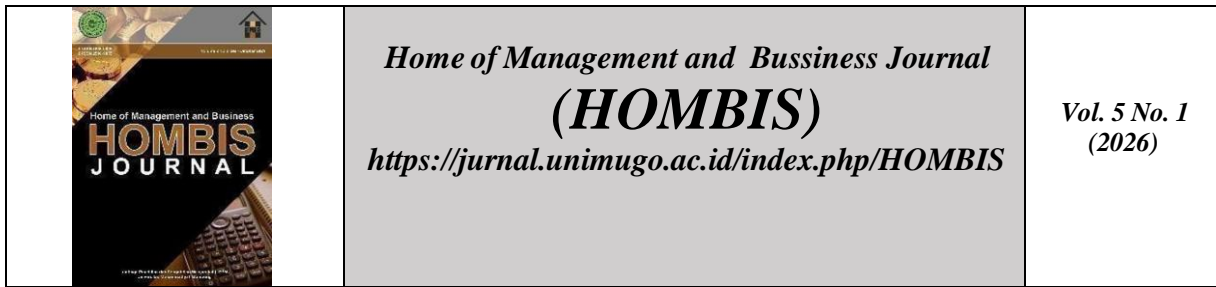
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*) yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam berbagai sumber ilmiah, laporan kebijakan, dan regulasi terkait. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual terhadap fenomena yang kompleks, khususnya dalam menganalisis hubungan antara kualitas layanan digital, perlindungan konsumen, dan peran kelembagaan BPKN (Creswell & Creswell, 2018; Merriam, 2009). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih kontekstual dan komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada integrasi tiga aspek utama, yaitu kualitas layanan, perlindungan konsumen, dan kepuasan pelanggan dalam satu kerangka analisis yang dikaji melalui perspektif kelembagaan BPKN. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung parsial, penelitian ini menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan dimensi layanan digital dengan aspek regulasi dan kelembagaan. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur yang selama ini didominasi oleh studi kuantitatif.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan ilmu manajemen layanan, perlindungan konsumen, serta kebijakan publik di era ekonomi digital. Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai hubungan antara kualitas layanan dan perlindungan konsumen dalam konteks digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi BPKN dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan perlindungan konsumen di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*literature review*) untuk menganalisis kualitas layanan, perlindungan konsumen, dan kepuasan pelanggan dalam era ekonomi digital, serta mengkaji peran BPKN. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu



memberikan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial yang kompleks, termasuk dinamika interaksi antara konsumen, pelaku usaha, dan lembaga perlindungan konsumen dalam ekosistem digital. Studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah seperti jurnal internasional bereputasi, buku akademik, laporan lembaga resmi, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, konsep, dan temuan empiris yang telah dikembangkan dalam penelitian sebelumnya (Creswell & Creswell, 2018; Snyder, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database ilmiah seperti Scopus, Google Scholar, dan portal jurnal nasional terakreditasi SINTA, dengan menggunakan kata kunci seperti “*e-service quality*,” “*consumer protection*,” “*digital economy*,” dan “*BPKN*.” Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi isu-isu utama, kesenjangan penelitian, serta peran strategis BPKN dalam perlindungan konsumen digital. Analisis dilakukan secara sistematis dengan proses reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan perbandingan hasil penelitian terdahulu guna memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan (Sugiyono, 2019; Xiao & Watson, 2019). Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual yang kuat serta rekomendasi kebijakan yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

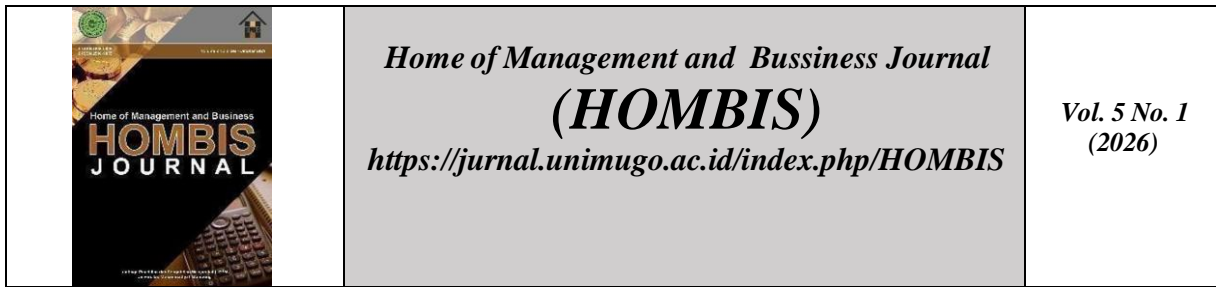
Kualitas Layanan dan Dinamika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital

Transformasi ekonomi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola layanan kepada konsumen, di mana interaksi tidak lagi bersifat langsung, melainkan berbasis sistem teknologi dan platform digital (Barykin et al., 2020; Laudon & Traver, 2021; Chaffey, 2015; Verhoef et al., 2016; Zainuddin et al., 2025). Kualitas layanan dalam konteks ini mengalami perluasan makna, tidak hanya mencakup aspek

keandalan dan responsivitas, tetapi juga mencakup keamanan data, transparansi informasi, serta kemudahan akses layanan (Jabri & Hamad, 2025; Yovian & Pratama, 2025; Tamaya & Irawan, 2025). Temuan dari berbagai literatur menunjukkan bahwa konsumen digital memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kecepatan, akurasi, dan keamanan layanan yang diberikan oleh pelaku usaha (Parasuraman et al., 2005; Blut, 2016; Rita et al., 2019; Jabri & Ahmad, 2025; Laudon & Traver, 2021). Hal ini menandakan bahwa kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen di era digital (Parasuraman et al., 2005; Blut, 2016; Rita et al., 2019; Jabri & Ahmad, 2025; Muchlis & Kirana, 2025).

Dalam praktiknya, dinamika kualitas layanan digital sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti ketidaksesuaian antara informasi produk dan realitas, lambatnya respons terhadap keluhan, hingga risiko kebocoran data pribadi (OECD, 2020; UNCTAD, 2017; Laudon & Traver, 2021; Rahman et al., 2023; Masturi et al., 2025; He et al., 2024; Rahmadani et al., 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital belum sepenuhnya mampu menjamin perlindungan konsumen secara optimal (Sari et al., 2025; Natasya, 2025). Bahkan, dalam beberapa kasus, konsumen berada pada posisi yang lebih rentan akibat asimetri informasi dan keterbatasan mekanisme pengaduan yang efektif (Melisa et al., 2025; Akerlof, 1970; Agustini et al., 2025). Kondisi ini memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas layanan harus diiringi dengan penguatan sistem perlindungan konsumen yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan erat antara kualitas layanan digital dan tingkat kepuasan pelanggan (Noventa, 2025; Billyarta & Sudarusman, 2021; Sundaram et al., 2017; Wisnel et al., 2022). Konsumen yang mendapatkan layanan yang cepat, aman, dan transparan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi serta loyalitas yang kuat terhadap platform atau pelaku usaha tertentu (Rita et al., 2019; Sundaram et al., 2017; Wisnel et al., 2022; Blut, 2016; Jabri & Ahmad, 2025; Cahyani et al., 2024). Sebaliknya, kegagalan layanan (*service*



failure) dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan memicu ketidakpuasan konsumen (Tax et al., 1998; Maxham & Netemeyer, 2002; Holloway et al., 2009; Rita et al., 2019; Billyarta & Sudarusman, 2021); Saprudin et al., 2025. Oleh karena itu, kualitas layanan tidak hanya berdampak pada pengalaman konsumen secara individu, tetapi juga memengaruhi reputasi dan keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih berorientasi pada aspek efisiensi dan keuntungan, sehingga kurang memberikan perhatian yang memadai terhadap aspek perlindungan konsumen (Rachmawati et al., 2025; Panjaitan, 2021). Hal ini terlihat dari minimnya transparansi dalam syarat dan ketentuan layanan (Kacaribu & Revida, 2024), serta kurang optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa. Yuliska, 2025; Kurniyanto, 2018) Padahal, dalam ekosistem digital yang kompetitif, perlindungan konsumen merupakan elemen penting dalam menciptakan kepercayaan jangka panjang. Dengan demikian, diperlukan keseimbangan antara peningkatan kualitas layanan dan tanggung jawab perlindungan konsumen (Indradewi, 2020; Panjaitan, 2021).

Kesenjangan lain yang teridentifikasi adalah belum terintegrasinya standar kualitas layanan digital dengan regulasi perlindungan konsumen secara komprehensif (Tamrin, 2025; Novita & Santoso, 2021). Banyak regulasi yang masih bersifat konvensional dan belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik transaksi digital yang dinamis dan lintas batas (Masturi et al., 2025; Suryantoro, 2025). Akibatnya, terdapat celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menghindari tanggung jawab terhadap konsumen. Kondisi ini menegaskan pentingnya pembaruan regulasi yang lebih responsif dan berbasis teknologi (Suratno et al., 2024).

Dari perspektif konsumen, literasi digital juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kemampuan dalam menilai kualitas layanan dan

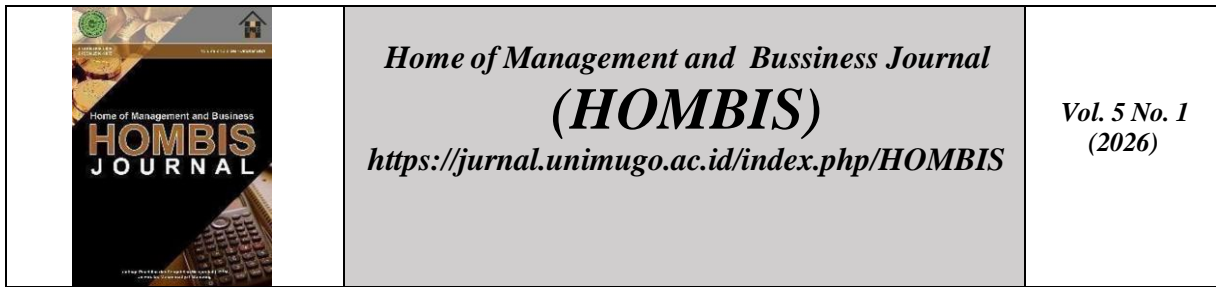
memahami hak-haknya sebagai konsumen (Suratno et al., 2024). Rendahnya literasi digital dapat meningkatkan risiko kerugian, terutama dalam menghadapi praktik-praktik bisnis yang tidak transparan (Harius & Kusumaningtyas, 2025; Muhidin, 2025). Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas layanan harus diiringi dengan edukasi konsumen agar lebih kritis dan selektif dalam melakukan transaksi digital.

Kualitas layanan dan perlindungan konsumen merupakan dua aspek yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan dalam ekonomi digital. Kualitas layanan yang baik akan memperkuat perlindungan konsumen, sementara sistem perlindungan yang kuat akan mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan standar layanan mereka. Dengan demikian, sinergi antara kedua aspek ini menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang adil, aman, dan berkelanjutan.

Peran Strategis BPKN dalam Penguatan Perlindungan Konsumen dan Kepuasan Pelanggan

BPKN memiliki posisi strategis dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia (Priambodo et al., 2025), khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi digital (Saputra et al., 2023). Sebagai lembaga yang berfungsi memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah, BPKN diharapkan mampu merespons dinamika perkembangan teknologi dan dampaknya terhadap konsumen (Pratama et al., 2025; Rusdi et al., 2022). Dalam konteks ini, BPKN tidak hanya berperan sebagai pengawas, tetapi juga sebagai fasilitator yang menjembatani kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha (Riski et al., 2025).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran BPKN dalam perlindungan konsumen digital masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait keterbatasan kewenangan operasional dan sumber daya (Purnomo, 2025; Pembayun & Gunawan, 2025). BPKN lebih banyak berfungsi sebagai lembaga pemberi rekomendasi, sehingga implementasi kebijakan sangat bergantung pada instansi lain. Kondisi ini menyebabkan respon terhadap permasalahan konsumen digital sering kali tidak cukup cepat dan efektif. Oleh karena itu, diperlukan



penguatan kelembagaan agar BPKN dapat berperan lebih aktif dalam pengawasan dan penegakan perlindungan konsumen (Priambodo et al., 2025).

Selain itu, BPKN juga memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi konsumen melalui edukasi dan sosialisasi (Saefullah et al., 2025; Amelia et al., 2025). Dalam era digital, konsumen dituntut untuk lebih memahami hak dan kewajibannya, serta mampu mengidentifikasi potensi risiko dalam transaksi online (Bhagaskara & Tarina, 2024; A'yuni et al., 2025). Program edukasi yang dilakukan oleh BPKN menjadi salah satu upaya strategis dalam membangun kesadaran konsumen dan meningkatkan kualitas interaksi antara konsumen dan pelaku usaha (Risky et al., 2025; Maulidia et al., 2022) Dengan literasi yang baik, konsumen akan lebih mampu menuntut kualitas layanan yang sesuai dengan standar yang diharapkan.

Dalam kaitannya dengan kualitas layanan, BPKN juga berperan dalam mendorong pelaku usaha untuk menerapkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam operasional bisnis mereka (Taufikurrahman, 2016; Shofie, 2013). BPKN berfungsi melindungi hak-hak konsumen serta mendorong kesetaraan dalam transaksi bisnis (Ramadhan & Sudiro, 2025). Hal ini dapat dilakukan melalui penyusunan rekomendasi kebijakan, standar layanan, serta advokasi terhadap praktik bisnis yang berkeadilan (Pratama et al., 2025; Priambodo et al., 2025). BPKN dapat menjadi katalisator dalam menciptakan ekosistem bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan dan perlindungan konsumen.

Penelitian ini juga menemukan bahwa koordinasi antara BPKN dan lembaga terkait masih perlu ditingkatkan (Aprilianti, 2020; DPRD, 2023; BPHN, 2020). Dalam sistem perlindungan konsumen, terdapat berbagai instansi yang memiliki peran masing-masing, seperti kementerian, lembaga pengawas, dan otoritas sektor tertentu (Ridha et al., 2024). Kurangnya koordinasi dapat menyebabkan tumpang tindih

kebijakan atau bahkan kekosongan pengawasan dalam beberapa aspek. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang lebih kuat antar lembaga, pelaku usaha, dan konsumen untuk memastikan perlindungan konsumen yang efektif (Putri et al., 2024).

Penggunaan teknologi yang tepat mampu membuka peluang baru, meningkatkan efisiensi, serta membantu perusahaan tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi tantangan global yang semakin kompleks (Deary et al., 2025). Hal ini membuka peluang bagi BPKN untuk mengoptimalkan perannya melalui pemanfaatan sistem digital (Silalahi, 2022; Gunawan et al., 2025), seperti platform pengaduan online dan analisis data konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi, dapat meningkatkan efisiensi (Yulanda et al., 2025), terutama dalam menangani pengaduan serta mengidentifikasi tren permasalahan yang dihadapi konsumen. Hal ini akan memperkuat fungsi BPKN sebagai lembaga yang responsif dan berbasis data.

BPKN memiliki peran strategis dalam memperkuat perlindungan konsumen dan meningkatkan kualitas layanan di era ekonomi digital. Namun, untuk menjalankan peran tersebut secara optimal, diperlukan penguatan kelembagaan, peningkatan koordinasi antar lembaga, serta pemanfaatan teknologi secara maksimal. Dengan langkah-langkah tersebut, BPKN diharapkan mampu menjadi pilar utama dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang berkeadilan dan berorientasi pada kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan perlindungan konsumen merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam membentuk kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan di era ekonomi digital. Transformasi digital telah memperluas dimensi kualitas layanan, tidak hanya pada keandalan dan responsivitas, tetapi juga mencakup keamanan data, transparansi informasi, dan kemudahan akses. Namun, temuan penelitian menegaskan bahwa masih terdapat berbagai tantangan, seperti service failure, asimetri informasi, serta lemahnya mekanisme pengaduan yang menyebabkan konsumen berada pada posisi rentan. Selain itu, orientasi pelaku usaha yang masih dominan

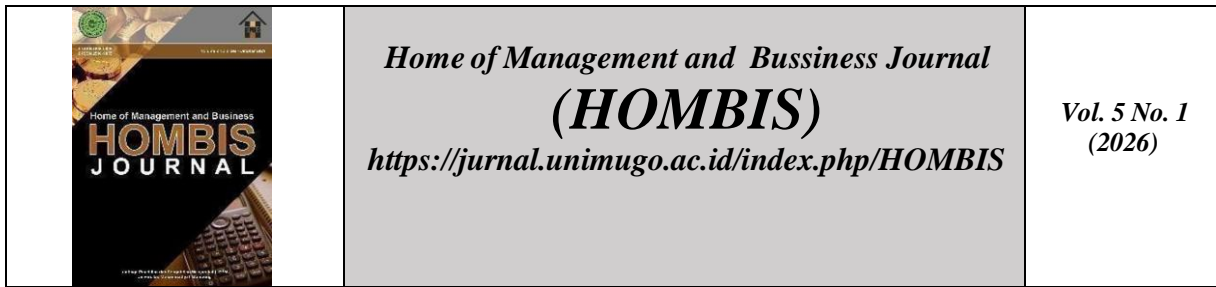


pada efisiensi dan keuntungan memperlemah implementasi perlindungan konsumen. Kesenjangan regulasi dan belum terintegrasinya standar layanan digital dengan kebijakan perlindungan konsumen semakin memperkuat urgensi pembaruan sistem yang lebih adaptif, komprehensif, dan berbasis teknologi.

Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan upaya strategis untuk memperkuat sinergi antara kualitas layanan dan perlindungan konsumen. Pemerintah perlu memperbarui regulasi agar lebih responsif terhadap dinamika ekonomi digital, termasuk integrasi standar layanan digital dengan kebijakan perlindungan konsumen. BPKN perlu diperkuat secara kelembagaan, baik dari aspek kewenangan, sumber daya, maupun pemanfaatan teknologi digital dalam pengawasan dan penanganan pengaduan. Pelaku usaha diharapkan tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga mengedepankan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen. Selain itu, peningkatan literasi digital konsumen perlu dilakukan secara berkelanjutan agar masyarakat lebih kritis dan mampu melindungi dirinya dalam transaksi digital. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji model integrasi antara e-service quality dan regulasi perlindungan konsumen secara lebih empiris dan kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, S., Miasiratni, M., & Yoseva, W. (2025). Analisis hukum perlindungan konsumen atas transaksi jual beli melalui iklan Facebook. *Ensiklopedia of Journal*, 7(4). <https://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/ensiklopedia/article/viewFile/3311/pdf>
- Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Amelia, S. R., Pratiwi, A. R., & Ulya, W. (2025). Penguatan kecerdasan ekonomi melalui edukasi literasi keuangan dan perlindungan konsumen pada ibu rumah tangga. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.38043/parta.v6i2.7090>
- Apidana, Y. H., & Prasetyo, A. (2023). The influence of e-trust and e-servqual on e-repurchase intention with e-satisfaction as an intervening variable. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 11(3). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2241>
- Aprilianti, I. (2020). Melindungi masyarakat: Memajukan hak-hak konsumen digital (Makalah kebijakan No. 27). Center for Indonesian Policy Studies. <https://www.jstor.org/stable/resrep62467>
- Artanti, A. S., Sari, D., Putra, B. T., & Pratama, C. A. (2025). Analisis perkembangan ekonomi digital pada perekonomian masyarakat di Indonesia. *Journal of Gender Equality and Social Inclusion (GESI)*, 4(1). <https://doi.org/10.38156/gesi.v4i1.183>
- A'yuni, Q., Ramadhani, R. N., Yasmin, Y., & Prakoso, F. A. (2025). Analisis pemahaman siswa tentang perlindungan konsumen terhadap kepercayaan pembelian barang di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(1), 33–43. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i1.413>
- Bhagaskara, K. A., & Tarina, D. D. Y. (2024). Perlindungan konsumen terhadap permasalahan transaksi online dalam platform marketplace tidak resmi. *Jurnal USM Law Review*, 7(1). <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8907>
- Barykin, S. Y., Kapustina, I. V., Kirillova, T. V., Yadykin, V. K., & Konnikov, E. A. (2020). Economics of digital ecosystems. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 124. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040124>
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik (e-servqual) terhadap kepuasan konsumen pada marketplace Shopee di Sleman DIY. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Aktual*, 18(1). <https://jurnal.stieieu.ac.id/index.php/opt/article/view/193>
- Blut, M. (2016). E-service quality: Development of a hierarchical model. *Journal of Retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- BPHN (2020). Hasil penyelarasan naskah akademik rancangan undang-undang tentang perlindungan



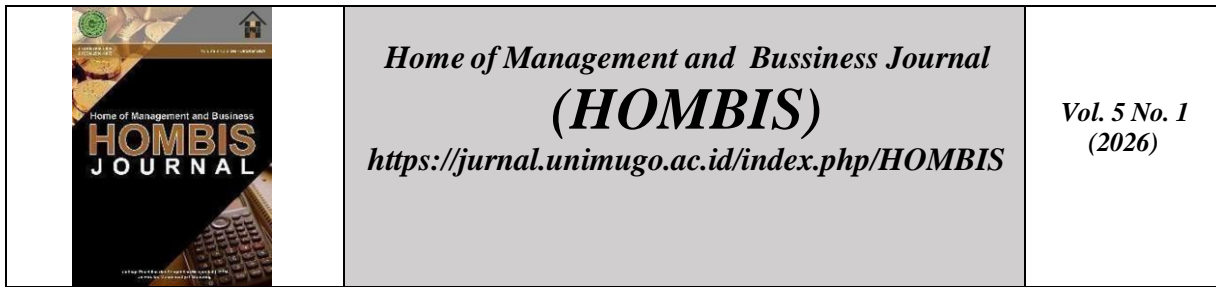
- konsumen. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. https://bphn.go.id/data/documents/na_ruu_perlindungan_konsumen.pdf
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). *Defining, conceptualising and measuring the digital economy* (Development Informatics Working Paper No. 68). Centre for Development Informatics, University of Manchester. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3431732>
- Cahyani, E., Nurrohmah, T., Deka, C. F., & Saleh, M. Z. (2024). The role of service quality in building customer satisfaction (A literature review). *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 192–205. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3300>
- Chaffey, D. (2015). *Digital business and e-commerce management* (6th ed.). Pearson. https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Digital%20Business%20and%20E-commerce%20Management%20_%20strategy-%20implementation%20and%20practice-%206th%20edition.pdf
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Deary, M., Prasetyo, G. D., Akbar, R., Al-Faruq, M. Y., & Nurbaiti, N. (2025). Peran penggunaan teknologi digital terhadap kesuksesan dan kegagalan e-bisnis di era digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 321–334. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3720>
- DPRD (2023). Naskah akademik rancangan peraturan daerah Provinsi Jawa Barat tentang perlindungan konsumen. Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat. https://jdih.jabarprov.go.id/page/eksekusi_download/32/2023na0032_perlindungan_konsumen1.pdf
- Fadzilah, Z. N., Rahman, I. A., & Nafiah, S. (2025). Kewarganegaraan dan hak konsumen dalam era digital economy: Perspektif hukum nasional. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 2(4), 220–229. <https://doi.org/10.61132/karakter.v2i4.1467>
- Gunawan, M. D., Hadi, Y. N. A., Tantra, N. M., & Muftiyanto, R. T. N. (2025). Pengaruh hukum bisnis terhadap perlindungan konsumen dalam era digital di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper HUBISINTEK*, 5(1). <https://ojs.uib.ac.id/HUBISINTEK/article/view/4330>
- 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>
- Harius, J., & Kusumaningtyas, M. (2025). Literasi digital dan fintech: Strategi menghadapi disinformasi di Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4640–4645. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2677>
- He, J., Fan, M., & Fan, Y. (2024). Digital transformation and supply chain efficiency improvement: An empirical study from A-share listed companies in China. *PLOS ONE*, 19(4), e0302133. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0302133>
- Holloway, B. B., Wang, S., & Beatty, S. E. (2009). Betrayal? Relationship quality implications in service recovery. *Journal of Services Marketing*, 23(6): 385–396. <https://doi.org/10.1108/08876040910985861>
- Ighomereho, O. S., Ojo, A. A., Omoyele, O. S., & Olabode, O. S. (2022). From service quality to e-service quality: Measurement, dimensions and model. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(1). <http://arxiv.org/pdf/2205.00055>
- Ihwanudin, N., Wiraguna, S. A., Huda, M., Ahyani, H., Saripudin, U., Soleh, Y. P., Rizkia, N. D., Ramadhani, W., Latif, B. S., Awaludin, D. T., Komara, D., Renyoet, B. S., & Jaelani, E. (2025). *Hukum perlindungan konsumen*. Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/590664-hukum-perlindungan-konsumen-eba50cda.pdf>
- Indradewi, A. A. S. N. (2020). Hukum perlindungan konsumen: Hubungan konsumen–produsen, asas, tujuan, dan aspek hukum perdata, administrasi,



- pidana. Udayana University Press.
<https://repository.undwi.ac.id/wp-content/uploads/Buku-Hukum-Perlindungan-Konsumen-Terbaru.pdf>
- Jabri, A., & Ahmad, M. M. (2025). E-service quality and public trust: A foundation for effective digital service delivery in Northern Tunisian municipalities. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, 102308. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.102308>
- Kacaribu, D. C., & Revida, E. (2024). Transparansi pelayanan publik pada Kelurahan Padang Bulan Selayang II Medan. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 6(1). <https://doi.org/10.24036/jmiap.v6i1.649>
- Kurniyanto, M. N. L. D. (2018). Efektivitas penyelesaian sengketa konsumen melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (Tesis, Universitas Islam Indonesia). https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14489/Tesis_MH%20UUI_%20M.Nur%20Laili%20D.K_16912060.pdf
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society* (16th ed., Global ed.). Pearson. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292343211_A39745346/preview-9781292343211_A39745346.pdf
- 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>
- Maxham, J. G., & Netemeyer, R. G. (2002). Modeling customer perceptions of complaint handling over time: The effects of perceived justice on satisfaction and intent. *Journal of Marketing*, 66(4), 57–71. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.4.57.18512>
- Melisa, M., 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>
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Mirzaye, S., & Mohiuddin, M. (2025). Digital transformation in international trade: Opportunities, challenges, and policy implications. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(8), 421. <https://doi.org/10.3390/jrfm18080421>
- Muchlis, M., & Kirana, R. C. (2025). Kualitas layanan dan digital marketing: Kunci kepuasan konsumen. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(3), 23–32. <https://doi.org/10.58707/jipm.v5i3.1261>
- 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>
- 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>
- Natasya, S. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas barang tiruan yang dijual di e-commerce (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). <http://repository.umsu.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/29151/SKRIPSI%20SALWA%20NATASYA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noventa, O. C. (2025). Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan elektronik dan loyalitas pelanggan elektronik pada layanan pesan antar makanan online. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.60036/jbm.616>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>
- OECD (2010), *Consumer Policy Toolkit*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264079663-en>.



- OECD. (2024). The OECD's contribution to policies to optimise the digital transformation. Organisation for Economic Co-operation and Development
<https://www.ospi.es/images/documentos/archivos//OECD-Contribution-to-Policies-to-optimise-the-Digital-Transformation.pdf>
- Panjaitan, H. (2021). Hukum perlindungan konsumen: Reposisi dan penguatan kelembagaan badan penyelesaian sengketa konsumen dalam memberikan perlindungan dan menjamin keseimbangan dengan pelaku usaha. Jala Permata Aksara.
<http://repository.uki.ac.id/6131/2/BukuHukumPerlindunganKonsumen2021.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 62(1), 12–40.
https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
<https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- 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>
- Pratama, M. R. A., Rahmaniah, A., Haris, M., & Mansyuroh, A. (2025). Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam menyelesaikan sengketa konsumen: Studi kasus di kota besar. *Iqtishaduna: Scientific Journal of Sharia Economic Law Students*, 6(4).
<https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v6i4.57441>
- Priambodo, R., Raihani, S. R., & Wahyudi, S. T. (2025). Rekonstruksi penyelesaian sengketa konsumen melalui penguatan kelembagaan perlindungan konsumen sebagai perwujudan bela negara. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 4(1), 708–721.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.17919120>
- 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>
- Putri, A. S., Kirani, M., Sadi, M. F., Setiawan, R. Q., & Surahmad, S. (2024). Analisis kewajiban dan perlindungan konsumen dalam kontrak jual beli. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(4), 505–514.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14217264>
- Rachmawati, R., Karlina, D., Banjarnahor, D., Jane, A., & Alvina, K. T. (2025). Penyuluhan hukum tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen di Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2402–2412.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1896>
- Rahman, I., Sahrul, S., Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana, Y. (2023). Hukum perlindungan konsumen di era e-commerce: Menavigasi tantangan perlindungan konsumen dalam lingkungan perdagangan digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(8).
<https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>
- Ramadhan, M. H. F., & Sudiro, A. A. (2025). Analisis peraturan perlindungan konsumen dalam jasa ekspedisi terhadap kasus kerugian barang. *Binamulia Hukum*, 14(1).
<https://doi.org/10.37893/jbh.v14i1.1027>
- 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., Asma, A., & Maemanah, M. (2025). Efektivitas peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam menyelesaikan pengaduan konsumen. *Jurnal Ilmu Hukum "The Juris"*, 9(2).
<https://doi.org/10.56301/juris.v9i2.1786>
- Ridha, I., Maulana, R., Harahap, R. A., Safitri, R., Prayoga, R. A., Wirani, S., Ramadhan, S., Salim, S. A. P., Mahfudhoh, T., Syahputra, W., & Aulia, Y. (2024). Aspek hukum perlindungan konsumen digital.



- Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan, 3(2).
<https://doi.org/10.572349/civilia.v3i2.2427>
- Riski, C. R. B., Pangesti, S. A., & Hartini, S. S. (2025). Ketika roti jadi sengketa: BPKN siap membela hak konsumen dalam kasus roti Okko. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(4), 26–32.
<https://doi.org/10.62017/syariah>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rusdi, A. M., Nurhidayah, N., & Mugiati, M. (2022). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia oleh Badan Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur*, 1(1).
<https://doi.org/10.37721/psdunbor.v1i1.29>
- Saprudin, A. Z., Rahman, A. Z., & Komaro, M. (2025). Dampak kegagalan layanan terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan Shopee Xpress Bandung Raya. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 8(4), 3936–3943.
<https://doi.org/10.31004/jutin.v8i4.48774>
- Saputra, A. F. R., Shafwa, A. J., & Umam, R. (2023). Analisis efektivitas penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(2).
<https://doi.org/10.71312/mrbest.v3i2.303>
- Sari, I. W., Irzal, R., & Jhunia, V. A. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam membeli barang yang tidak sesuai dengan postingan di e-commerce. *Sakato Law Journal*, 3(2).
<https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/2598/2042/7347>
- Saefullah, A., Tohiroh, T., Suhermanto, S., Salima, R., & Rosliana, R. (2025). Penguatan literasi konsumen cerdas melalui edukasi dan pendampingan siswa SMA Nusantara di Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(3), 1756–1769.
<https://doi.org/10.70609/i-com.v5i3.8039>
- Shofie, Y. (2013). Optimalisasi peran badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dalam penyelesaian sengketa pembiayaan konsumen di tengah terjadinya disharmonisasi pengaturan. *ADIL: Jurnal Hukum*, 4(1).
<https://doi.org/10.33476/ajl.v4i1.28>
- Silalahi, W. (2022). Consumer protection based on digital technology. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Tarumanagara (SERINA)*, 2(1), 589–598.
<https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.19644>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). Impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty: Empirical study in India online business. *Kinerja*, 21(1).
<https://doi.org/10.24002/kinerja.v21i1.1034>
- Suratno, S., Yuniwati, Y., Ali, Z., & Noviyanti, D. (2024). Pembaharuan regulasi perlindungan konsumen terhadap risiko dan manfaat artificial intelligence. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(2), 295–303.
<https://doi.org/10.34007/jehss.v7i2.2216>
- 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>
- Sutomo, D. A. (2025). The impact of digital transformation on economic growth in developing countries: A case study of Indonesia. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(3), 6094–6109.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19670>
- Syamsiah, S., Ariyanto, B., Firdausia, Y. K., & Seven, F. (2024). The impact of digital transformation on the financial performance of cooperatives in Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(4).



- <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i4.16175>
- Tamaya, M., & Irawan, B. (2025). Kualitas layanan aplikasi mobile JKN: Perspektif pengguna di Kota Samarinda melalui pendekatan fenomenologi. *eJournal Administrasi Publik*, 13(3), 712–722. <http://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2025/10/Jurnal%20Meiva%20Tamaya%20%2810-28-25-08-22-48%29.pdf>
- 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). <https://doi.org/10.56338/jks.v8i6.7738>
- Tapscott, D. (1997). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- Taufikkurrahman. (2016). Peran BPOM dan BPKN dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran vaksin palsu. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 57–86. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i1.1053>
- Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: Implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(2), 60–76. <https://doi.org/10.1177/002224299806200205>
- UNCTAD. (2017). *Consumer protection in electronic commerce: Note by the UNCTAD secretariat (TD/B/C.I/CPLP/7)*. United Nations Conference on Trade and Development. United Nations. <https://documents.un.org/api/symbol/access?j=G1709903%26t=pdf>
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Verhoef, P. C., Kooge, E., & Walk, N. (2016). *Creating value with big data analytics: Making smarter marketing decisions*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315734750>
- Wisnel, W., Wirdianto, E., & Cantika, T. (2022). Analysis of the effect of e-service quality on e-commerce customer satisfaction and loyalty. *Motivaction: Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*, 4(3). <https://doi.org/10.46574/motivaction.v4i3.145>
- Yovian, Y., & Pratama, N. R. (2025). Examining the impact of e-service quality and e-recovery service quality in digital public services in Indonesia. *Journal of World Science*, 4(6). <https://doi.org/10.58344/jws.v4i6.1426>
- Yulanda, S. R., Aldino, F. E., Anvasha, N., Jumiaty, J., & Saputra, B. (2025). Peran teknologi dalam meningkatkan efisiensi pelayanan publik. *Jurnal Kajian Hukum dan Kebijakan Publik*, 2(2), 1349–1354. <https://doi.org/10.62379/1d1xs974>
- Yuliska, E. (2025). Tantangan badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dalam perlindungan konsumen. *Ensiklopedia of Journal*, 7(4). <https://doi.org/10.33559/eoj.v7i4.3246>
- Zainuddin, Z., Sari, M., & Puspita, A. (2025). Analisis dampak ekonomi digital terhadap masyarakat dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Journal of Economics Development Research*, 1(2), 55–60. <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i2.112>