

PERAN YLKI DALAM MELINDUNGI KONSUMEN TERHADAP PENIPUAN MELALUI E-COMMERCE

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa peran Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam memperjuangkan hak konsumen terkait dengan penipuan iklan *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris, dengan menganalisis Undang-Undang yang relevan dan melihat hukum dalam artian nyata untuk meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Jakarta. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa YLKI mengambil peran penting dalam menyampaikan kepentingan konsumen dengan cara memberikan edukasi, advokasi, dan memfasilitasi konsumen yang menjadi sasaran penipuan iklan *e-commerce*. YLKI juga giat mendorong pembuatan aturan yang menguntungkan konsumen serta membangun kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan pelaku usaha untuk memperkuat sistem perlindungan konsumen di *e-commerce*. Akan tetapi, tantangan seperti rendahnya kemampuan literasi di kalangan masyarakat dan keterbatasan kewenangan untuk berkontribusi memperjuangkan hak konsumen menjadi hambatan dalam keberhasilan YLKI. Penelitian ini menyarankan agar dilakukan penguatan posisi YLKI harus didorong melalui kerjasama dengan pemerintah serta peningkatan keterlibatan masyarakat.

Kata Kunci: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Iklan Menyesatkan, *E-Commerce*, Perlindungan Konsumen.

YLKI'S ROLE IN PROTECTING CONSUMERS AGAINST FRAUD THROUGH E-COMMERCE

Abstract

The aim of this research is to analyze the role of the Indonesian Consumers Foundation in protecting consumers and legal protection efforts related to e-commerce advertising fraud. This research uses an empirical legal research method, by analyzing relevant laws and looking at the law in a real sense to examine how the law works in the environment of the Indonesian Consumers Foundation, Jakarta. The research results revealed that YLKI plays an important role in conveying interests by providing education, advocacy, and facilitating consumers who are targets of e-commerce advertising fraud. YLKI is also actively promoting the creation of regulations that benefit consumers and building cooperation with various parties, including the government and business actors, to strengthen the consumer protection system in e-commerce. However, challenges such as low literacy levels among the community and limited authority to contribute to fighting for consumer rights are obstacles to YLKI's success. This study suggests that strengthening the position of YLKI should be encouraged through collaboration with the government and increasing community involvement.

Keywords: *YLKI, Misleading Advertising, E-Commerce, Consumers Protection.*