

## HUBUNGAN HUKUM DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE DAN TOKOPEDIA DENGAN PENYEDIA JASA DALAM MARKETPLACE DI INDONESIA

Adam Furqan<sup>1</sup>, Firdaus<sup>2</sup>, Samariadi<sup>3</sup>

[adam.furqan4832@student.unri.ac.id](mailto:adam.furqan4832@student.unri.ac.id)<sup>1</sup>, [firdaus@lecturer.unri.ac.id](mailto:firdaus@lecturer.unri.ac.id)<sup>2</sup>, [samariadi@lecturer.unri.ac.id](mailto:samariadi@lecturer.unri.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Riau

**Abstrak:** Pertumbuhan pesat perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia yang didominasi oleh platform seperti Shopee dan Tokopedia, mendapat tantangan serius dengan maraknya peredaran barang tiruan. Fenomena ini tidak hanya merugikan konsumen dan pemilik merek sah, tetapi juga menggerogoti kepercayaan terhadap ekosistem pasar digital. Berdasarkan analisis kasus nyata, termasuk peredaran produk Hotto tiruan yang dijual dengan harga jauh di bawah pasar (Rp220.000 vs Rp335.000 untuk produk asli) dan ditemukannya ribuan transaksi sepatu olahraga merek palsu (seperti Nike) di platform, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan hukum antara marketplace tersebut dengan para penjual, serta mengevaluasi tanggung jawab dan efektivitas kebijakan mereka dalam mencegah peredaran produk tiruan, berdasarkan regulasi nasional dan kebijakan internal platform. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada studi kasus Shopee dan Tokopedia. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelaah bahan hukum primer seperti UU No. 11 Tahun 2008 dan PP No. 80 Tahun 2019, bahan sekunder seperti jurnal dan buku hukum, serta bahan tersier termasuk kamus hukum. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode berpikir deduktif untuk menarik kesimpulan dari norma hukum umum kepada praktik spesifik. Temuan penelitian, yang diilustrasikan oleh kasus-kasus tersebut, mengungkapkan bahwa meskipun Shopee dan Tokopedia telah membangun hubungan hukum dengan penjual melalui kontrak adhesi dan menerapkan berbagai langkah pencegahan seperti verifikasi penjual dan teknologi deteksi, efektivitasnya masih terbatas. Dalam kasus Hotto, teknologi filtering Shopee hanya mendeteksi 30% produk tiruan secara otomatis, sementara respon terhadap laporan konsumen memakan waktu 7-14 hari. Penindakan seringkali lambat dan tidak konsisten, serta sanksi atas pelanggaran belum sepenuhnya bersifat memadai. Melalui lensa teori keadilan John Rawls, penelitian ini menekankan kewajiban entitas korporat yang kuat ini untuk melakukan upaya yang lebih proaktif dan berkeadilan dalam melindungi pihak yang lebih lemah, seperti konsumen dan UMKM. Studi ini menyimpulkan bahwa peningkatan kebijakan, integrasi teknologi, dan kolaborasi multipihak sangat penting untuk menciptakan lingkungan e-commerce yang lebih aman dan adil di Indonesia.

**Kata Kunci:** Hubungan Hukum, Tanggung Jawab Hukum, Marketplace, Barang Tiruan, Perlindungan Konsumen.

**Abstract:** The rapid growth of electronic commerce (e-commerce) in Indonesia, dominated by platforms such as Shopee and Tokopedia, faces a serious challenge with the widespread circulation of counterfeit goods. This phenomenon not only harms consumers and legitimate brand owners but also erodes trust in the digital marketplace ecosystem. Drawing from the analysis of concrete cases, including the circulation of counterfeit Hotto products sold at significantly lower market prices (IDR 220,000 vs. IDR 335,000 for the genuine product) and the discovery of thousands of transactions involving fake branded sports shoes (such as Nike) on the platforms, this research aims to analyze the legal relationship between these marketplaces and their sellers, as well as to evaluate the responsibility and effectiveness of their policies in preventing the distribution of counterfeit products, based on national regulations and internal platform policies. This study uses a normative legal research method with a qualitative approach, focusing on a case study of Shopee and Tokopedia. Data was collected through library research by examining primary legal sources such as Law No. 11 of 2008 and Government Regulation No. 80 of 2019, secondary sources such as legal journals and books, and tertiary sources including legal dictionaries. The collected data was then analyzed qualitatively using a deductive thinking method to draw conclusions from general legal norms to specific practices. The research findings, as illustrated by these cases, reveal that although Shopee and Tokopedia have established legal relationships with sellers through adhesion contracts and implemented various preventive measures such as

*seller verification and detection technologies, their effectiveness remains limited. In the Hotto case, Shopee's filtering technology only automatically detected 30% of counterfeit products, while responses to consumer reports took 7-14 days. Enforcement is often slow and inconsistent, and sanctions for violations are not entirely adequate. Through the lens of John Rawls' theory of justice, this research emphasizes the obligation of these powerful corporate entities to undertake more proactive and equitable efforts to protect weaker parties, such as consumers and MSMEs. This study concludes that enhanced policies, technology integration, and multi-stakeholder collaboration are essential to creating a safer and fairer e-commerce environment in Indonesia.*

**Keywords:** *Legal Relationship, Legal Responsibility, Marketplace, Counterfeit Goods, Consumer Protection.*

## PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menjadi salah satu sektor ekonomi digital yang paling penting. Dengan populasi lebih dari 270 juta jiwa dan penetrasi internet yang terus meningkat, Indonesia menjadi pasar yang sangat potensial bagi perkembangan industri *e-commerce*. Menurut data yang dikeluarkan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), volume transaksi *e-commerce* Indonesia diperkirakan mencapai lebih dari 50 miliar dolar AS pada tahun 2025. Di tengah pesatnya perkembangan ini, dua platform terbesar di Indonesia, Shopee dan Tokopedia, menguasai lebih dari 70% pangsa pasar *e-commerce* di tanah air. Kedua platform ini tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli antar individu, tetapi juga memainkan peran besar dalam menghubungkan konsumen dengan berbagai macam produk dari berbagai sektor, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk teknologi dan fashion.<sup>1</sup> Selain menghubungkan konsumen dengan produk, Shopee dan Tokopedia juga membangun hubungan hukum yang kompleks dengan para penyedia jasa (*seller*) yang beroperasi di platform mereka. Hubungan hukum ini terutama diatur melalui Perjanjian Syarat dan Ketentuan yang wajib disetujui oleh setiap *seller* sebelum dapat berjualan.

Meskipun kedua platform ini telah membawa banyak manfaat bagi perekonomian Indonesia, mereka juga menghadapi sejumlah tantangan yang cukup serius, salah satunya adalah masalah peredaran barang tiruan (*counterfeit goods*). Barang tiruan adalah produk yang diproduksi dengan meniru merek atau desain yang sudah ada tanpa izin dari pemilik hak kekayaan intelektual yang sah. Barang tiruan ini sering kali dijual dengan harga yang lebih murah, namun memiliki kualitas yang buruk, bahkan berpotensi membahayakan konsumen. Peredaran barang tiruan di marketplace menjadi masalah serius, karena selain merugikan konsumen, juga merugikan pemilik merek yang sah, mengurangi keuntungan mereka, dan merusak reputasi merek tersebut.<sup>2</sup> Peredaran barang tiruan ini pada dasarnya dimungkinkan oleh adanya *seller-seller* yang memanfaatkan platform untuk aktivitas ilegal. *Seller* sebagai pihak yang secara langsung mengunggah informasi produk dan melakukan transaksi, memegang peran kunci dalam menyebarkan barang tiruan.

Pada konteks ini, *e-commerce* yang seharusnya menjadi sektor yang mendukung perkembangan ekonomi, justru menghadirkan tantangan besar bagi kepercayaan konsumen terhadap integritas platform *e-commerce* itu sendiri. Tidak hanya itu, peredaran barang tiruan yang marak juga menjadi masalah yang mempengaruhi iklim bisnis yang sehat. Sebagai platform besar yang memfasilitasi transaksi antara penjual dan konsumen, Shopee dan Tokopedia diharapkan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual melalui platform mereka adalah produk yang sah dan legal. Hal ini sejalan dengan regulasi yang ada, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 50/2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang mengatur kewajiban marketplace untuk bertindak sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik (PPMSE).<sup>3</sup> Kewajiban sebagai PPMSE ini kemudian diterjemahkan oleh Shopee dan Tokopedia ke dalam klausul-klausul khusus dalam perjanjian dengan *seller*. Misalnya, kebijakan melarang penjualan barang tiruan dan mekanisme sanksi bagi pelanggar.

Sebagai PPMSE, Shopee dan Tokopedia tidak hanya berfungsi sebagai perantara yang memfasilitasi transaksi, tetapi juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka memenuhi standar yang berlaku dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual.

---

<sup>1</sup> Mouhammad Nazar and Tertia Salsabila, "Pemanfaatan Potensi E-Commerce Pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal Di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital," *Giat: Teknologi Untuk Masyarakat* 3, no. 1 (2024): 25–37.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Tasya Safiranita Ramli et al., "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 24, no. 2 (2020): 119–36.

Meskipun demikian, dalam praktiknya, meskipun telah ada kebijakan tertulis yang melarang peredaran barang tiruan, kedua platform ini masih menghadapi masalah serius terkait dengan keberadaan barang palsu yang dijual di marketplace mereka. Hal ini mengarah pada pertanyaan mendalam mengenai sejauh mana Shopee dan Tokopedia menjalankan kewajiban mereka untuk menanggulangi peredaran barang tiruan ini.<sup>4</sup> Meskipun memiliki kewajiban aktif, dalam praktiknya sering terjadi tarik-ulur tanggung jawab antara platform dan seller. Seller seringkali berargumen bahwa mereka hanya memanfaatkan fasilitas platform, sementara platform berdalih bahwa mereka hanyalah perantara yang tidak dapat mengawasi semua produk satu per satu.

Salah satu aspek yang masih menjadi perdebatan adalah bagaimana tanggung jawab Shopee dan Tokopedia dalam mencegah barang tiruan beredar di platform mereka. Kedudukan hukum marketplace ini menjadi hal yang sangat penting untuk dipahami, karena menentukan sejauh mana mereka bertanggung jawab dalam memantau konten yang dijual. Pasal 15 UU ITE menyatakan bahwa penyelenggara sistem elektronik tidak bertanggung jawab atas konten ilegal jika mereka tidak melakukan pembiaran. Hal ini menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda mengenai apakah marketplace seperti Shopee dan Tokopedia hanya bertindak sebagai perantara pasif yang menyediakan fasilitas bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi, ataukah mereka juga harus bertanggung jawab secara aktif dalam mengawasi dan mengendalikan barang yang dijual di platform mereka.<sup>5</sup> Interpretasi terhadap frasa 'tidak melakukan pembiaran' dalam Pasal 15 UU ITE menjadi titik krusial. Apakah marketplace dianggap telah 'melakukan pembiaran' jika mereka memiliki algoritma pendeteksi tetapi masih ada barang tiruan yang terlewat.

Selain tantangan teknis dan operasional, kedudukan hukum marketplace seperti Shopee dan Tokopedia dalam sistem hukum Indonesia juga menjadi persoalan yang kompleks. Secara hukum, kedua platform ini berstatus sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) berdasarkan Pasal 1 angka 11 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Sebagai PSE, mereka tidak hanya berperan sebagai perantara pasif, tetapi juga memiliki kewajiban aktif untuk memverifikasi penjual, memantau produk, dan menarik barang ilegal. Namun, ambiguitas dalam Pasal 15 UU ITE menimbulkan ketidakpastian mengenai sejauh mana tanggung jawab mereka dalam mengawasi konten yang diunggah oleh pengguna. Hal ini memperumit upaya penegakan hukum terhadap peredaran barang tiruan, terutama ketika platform hanya bertindak setelah adanya laporan dari pemilik merek atau konsumen.

Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia seringkali tidak efektif dalam menangani kasus barang tiruan. Meskipun Shopee dan Tokopedia telah menyediakan fitur pelaporan dan mediasi internal, respons yang lambat dan inkonsistensi dalam penindakan membuat konsumen dan pemilik merek merasa tidak terlindungi. Selain itu, proses hukum melalui pengadilan memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit, sehingga banyak korban yang memilih untuk tidak melanjutkan upaya hukum. Pada Kasus tersebut telah menegaskan prinsip joint liability yang dapat diterapkan kepada marketplace, namun implementasinya masih menghadapi kendala due to lack of awareness and enforcement. Oleh karena itu, diperlukan klarifikasi lebih lanjut mengenai kedudukan hukum dan tanggung jawab marketplace serta penguatan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien dan accessible bagi semua pihak. Dalam mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan platform, seller seringkali menjadi pihak yang pasif. Konsumen berhadapan dengan sistem platform, sementara seller mungkin tidak memiliki akses atau pemahaman yang memadai terhadap proses tersebut.

Pada kenyataannya, meskipun Shopee dan Tokopedia telah menetapkan kebijakan yang jelas dalam Syarat dan Ketentuan (*Terms & Conditions*) mereka yang melarang penjualan barang tiruan,

---

<sup>4</sup> Rahmi Handayani, "Pertanggungjawaban Marketplace Atas Kerugian Yang Dialami Oleh Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Dengan Sistem Pre Order," *Jurnal Notarius* 1, no. 2 (2022): 1–10.

<sup>5</sup> Muhammad Arkan and R Rahaditya, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Fenomena Pelanggaran Merek Di Marketplace," *Journal of Syntax Literate* 8, no. 1 (2023): 632–41.

implementasi kebijakan tersebut masih sangat terbatas. Shopee, misalnya, mengandalkan teknologi algoritma dan kerja sama dengan merek terdaftar melalui program *Shopee Brand Registry* untuk mendeteksi dan menghapus produk yang terindikasi palsu. Sementara itu, Tokopedia mengandalkan sistem pelaporan manual dan verifikasi penjual untuk mengatasi masalah yang sama. Namun, meskipun kedua platform tersebut sudah memiliki mekanisme ini, peredaran barang tiruan masih tetap terjadi, yang menunjukkan adanya celah dalam penerapan kebijakan mereka.<sup>6</sup> Sebagai contoh, dalam Syarat dan Ketentuan *Seller*, Shopee secara eksplisit mencantumkan klausul yang melarang penjualan barang tiruan dan memberikan hak kepada platform untuk membekukan akun serta dana seller jika terbukti melanggar.

Meskipun produk tiruan seringkali dihapus setelah dilaporkan, seringkali tidak ada tindakan tegas yang diberikan kepada penjual yang melanggar, seperti pembekuan akun atau penerapan denda. Ini menjadi masalah utama karena penjual yang terus menerus melanggar aturan sering kali masih dapat beroperasi tanpa hambatan. Respons yang lambat dan inkonsisten dalam menangani peredaran barang tiruan menambah keluhan dari pemilik merek dan konsumen yang merasa bahwa e-commerce tidak cukup aman untuk bertransaksi.<sup>7</sup>

Berbagai masalah terkait tanggung jawab platform e-commerce dalam mengatur dan mengawasi aktivitas penjual semakin mendapatkan perhatian. Salah satunya adalah penelitian oleh Uswatun Khasanah dengan judul "Tanggung Jawab Marketplace Shopee terhadap Pelanggaran Merek yang Dilakukan oleh Penjual Menurut Hukum Islam", yang membahas bagaimana Shopee, sebagai marketplace, bertanggung jawab atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh penjual di platformnya, serta bagaimana penyelesaian masalah ini diatur dalam perspektif hukum Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penanganan keluhan konsumen terhadap produk yang melanggar merek di Shopee belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang tercantum dalam Fatwa DSN-MUI.<sup>8</sup>

Tanggung jawab yang diambil oleh Shopee atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh penjual juga tidak sejalan dengan ketentuan dalam fatwa tersebut, yang mengharuskan penyelesaian melalui musyawarah atau lembaga penyelesaian sengketa syariah seperti Basyarnas, MUI, atau Pengadilan Agama. Di sisi lain, penelitian oleh Yuda Prasetya yang berjudul "Ragam Kecurangan Pasar pada Marketplace Shopee" menyoroti masalah kecurangan yang terjadi di platform tersebut, seperti manipulasi rating dan penipuan produk yang tidak sesuai deskripsi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecurangan tersebut, terutama manipulasi rating dan penjualan produk palsu, memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap reputasi toko di Shopee, yang mengarah pada penurunan kepercayaan konsumen serta kerugian bagi penjual yang jujur. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong terjadinya kecurangan, seperti tingginya volume transaksi dan persaingan ketat antar penjual di platform tersebut.<sup>9</sup>

Penelitian-penelitian terdahulu cenderung fokus pada tanggung jawab platform terhadap konsumen atau pemilik merek, namun kurang menyentuh analisis mendalam mengenai hubungan hukum dan pembagian tanggung jawab antara platform dengan seller sebagai pihak-pihak yang terikat perjanjian. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan secara spesifik menganalisis hubungan hukum antara Shopee dan Tokopedia dengan para penyedia jasa (*seller*) mereka, melalui pendekatan hukum kontrak dan teori tanggung jawab.

---

<sup>6</sup> Isnayati Nur, "Transaksi Jual Beli Melalui Media Online Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dan Shopee)," *Khozana: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Islam* 2, no. 2 (2019): 64–81.

<sup>7</sup> *Ibid.* Hlm 66–81

<sup>8</sup> Uswatun Khasanah, "Tanggung Jawab Marketplace Shopee Terhadap Pelanggaran Merek Yang Dilakukan Oleh Penjual Menurut Hukum Islam" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023).

<sup>9</sup> Ahmad Ardian Zuheri and M Lathoif Ghazali, "Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Operasional Online Shop: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/XII/2021 Perspektif Sadd Al-Dzari'ah," *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2025): 391–410.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan membandingkan secara spesifik kebijakan yang diterapkan oleh Shopee dan Tokopedia dalam menangani barang tiruan. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana kedua platform tersebut menerapkan kebijakan yang melarang peredaran barang tiruan, serta membandingkan pendekatan yang mereka ambil dalam menangani masalah ini. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum Shopee dan Tokopedia dalam konteks tanggung jawab mereka sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik dan sejauh mana regulasi yang ada dapat diterapkan secara efektif.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang bagaimana marketplace besar di Indonesia, khususnya Shopee dan Tokopedia, mengatasi permasalahan barang tiruan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan efektivitas dan transparansi penegakan aturan, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce di Indonesia. Lebih lanjut, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi regulator dan pihak terkait dalam menyusun kebijakan yang lebih baik terkait pengawasan barang tiruan di dunia maya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian normatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum yang berlaku, baik yang tertulis dalam undang-undang, peraturan, maupun aturan-aturan hukum lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, menginterpretasikan, dan mengevaluasi norma hukum yang ada serta penerapannya dalam praktik. Penelitian normatif sering kali digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai ketentuan hukum yang mengatur suatu masalah atau kasus tanpa melibatkan aspek empiris atau fenomena sosial yang terjadi di lapangan.<sup>10</sup>

Penelitian normatif dapat diterapkan dalam menganalisis Hubungan Hukum dan Tanggung Jawab *Marketplace* dalam Pencegahan Barang Tiruan dengan mengkaji norma-norma hukum yang mengatur e-commerce di Indonesia, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 50/2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Pendekatan normatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada mengkaji, menginterpretasikan, dan mengevaluasi ketentuan hukum positif (seperti UU ITE, Permendag 50/2020, PP 80/2019) serta kontrak/Syarat & Ketentuan dari Shopee dan Tokopedia untuk menganalisis hubungan hukum dan tanggung jawab mereka.

Penelitian ini akan meneliti sejauh mana Shopee dan Tokopedia sebagai marketplace di Indonesia mematuhi kewajiban hukum yang ada, termasuk tanggung jawab mereka dalam mencegah peredaran barang tiruan. Dengan pendekatan normatif, penelitian ini akan mengevaluasi kebijakan internal kedua platform berdasarkan regulasi yang berlaku, serta menganalisis bagaimana aturan-aturan tersebut diimplementasikan dalam praktek untuk memastikan bahwa kedua platform bertindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dan penelitian ini dapat di kategorikan sebagai study kasus (*case study*) karena dua fokus pada dua platform spesifik, Shopee dan Tokopedia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hubungan Hukum Shopee dan Tokopedia Dengan Pengguna Jasa pada *Marketplace* dalam Peraturan Perundang-Undangan**

Shopee dan Tokopedia merupakan dua platform *e-commerce* terbesar di Indonesia yang beroperasi sebagai Perseroan Terbatas (PT), yaitu badan hukum yang terpisah dari individu atau pemiliknya. Sebagai badan hukum berbentuk PT, kedua perusahaan ini memiliki kepribadian hukum yang independen, yang memungkinkan mereka untuk bertindak sebagai entitas yang terpisah dalam hal keuangan, hukum, dan operasional. Artinya, setiap tindakan hukum yang diambil oleh Shopee

---

<sup>10</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram : Mataram University Press, 2020). Hlm 47.

dan Tokopedia dianggap sebagai tindakan perusahaan, bukan tindakan pribadi pemilik atau pengelolanya. Dengan status ini, keduanya dapat menjalankan bisnis mereka dengan lebih terstruktur dan jelas, serta memiliki kemampuan untuk mengelola aset, menandatangani kontrak, dan berurusan dengan pihak ketiga dalam menjalankan operasional mereka.<sup>11</sup>

Sebagai entitas hukum terpisah, PT Shopee International Indonesia dan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Tokopedia) memiliki hak dan kewajiban yang berbeda dibandingkan dengan individu pemiliknya. Salah satu karakteristik utama dari PT adalah tanggung jawab terbatas dari para pemegang saham. Dalam hal ini, pemegang saham perusahaan hanya bertanggung jawab sebesar jumlah modal yang mereka setorkan kepada perusahaan, sehingga mereka tidak dapat dipertanggungjawabkan secara pribadi atas kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan. Konsep ini memberikan perlindungan bagi para investor dan pemiliknya, karena risiko yang dihadapi terbatas hanya pada investasi yang telah mereka setorkan.<sup>12</sup>

Kedua perusahaan ini memiliki hak untuk mengelola dan memiliki berbagai jenis aset, baik yang bersifat fisik seperti kantor dan infrastruktur, maupun yang bersifat digital, seperti platform *e-commerce* dan teknologi yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi jual beli di internet. Aset-aset ini dimiliki dan dikelola oleh Shopee dan Tokopedia dalam rangka mendukung operasional mereka, serta untuk memastikan kelancaran kegiatan bisnis mereka yang mencakup berbagai aspek, seperti pemasaran, logistik, dan layanan pelanggan. Sebagai badan hukum, Shopee dan Tokopedia juga dapat berinvestasi, menggandeng mitra bisnis, serta melakukan ekspansi baik di dalam maupun luar negeri.<sup>13</sup>

Pada operasional sehari-hari, baik Shopee maupun Tokopedia sebagai PT harus memenuhi kewajiban hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan pajak, peraturan ketenagakerjaan, hingga perlindungan konsumen. Keduanya juga memiliki kewajiban untuk menjaga keberlanjutan bisnis dengan memastikan bahwa hak dan kewajiban mereka sebagai badan hukum diatur dengan baik, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Hal ini tidak hanya memastikan kelancaran operasional mereka, tetapi juga memberikan rasa aman bagi konsumen dan mitra bisnis mereka.<sup>14</sup>

*Marketplace* merupakan sebuah platform yang berfungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk secara daring. Platform ini menyediakan berbagai fasilitas, seperti pilihan metode pembayaran, estimasi pengiriman, kategori produk, dan berbagai fitur lainnya. Secara sederhana, marketplace memungkinkan penjual dan pembeli untuk bertemu secara online melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara. Setelah kesepakatan tercapai, pembeli melakukan pembayaran, kemudian penjual akan mengemas dan mengirimkan barang kepada pembeli.<sup>15</sup>

Terdapat berbagai pandangan mengenai pengertian marketplace menurut para ahli. Berikut ini adalah tiga definisi *marketplace* yang disampaikan oleh para ahli yaitu Menurut Strauss, marketplace adalah penggunaan data elektronik serta aplikasi perencanaan dan pelaksanaan konsep, harga ide, distribusi barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan. Dalam hal ini, marketplace berfungsi sebagai suatu sistem yang mengintegrasikan teknologi informasi untuk mendukung berbagai proses bisnis, mulai dari perencanaan harga, pemasaran, hingga distribusi

---

<sup>11</sup> Ukilah Supriyatin and Nina Herlina, "Tanggung Jawab Perdata Perseroan Terbatas (PT) Sebagai Badan Hukum," *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi* 8, no. 1 (2020): 127–44.

<sup>12</sup> *Ibid.* 128-78

<sup>13</sup> Rita Nurnaningsih and Dadin Solihin, "Kedudukan Perseroan Terbatas (PT) Sebagai Bentuk Badan Hukum Perseroan Modal Ditinjau Menurut Undang-Undang PT Dan Nieuw Burgerlijk Wetboek (NBW)," *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2020): 142–51.

<sup>14</sup> *Ibid.* hlm 154

<sup>15</sup> Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo, and Fenti Nurlaeli, *Buku Panduan Marketplace* (Surabaya : CV. Global Aksara Pres, 2021). Hlm 2.

produk. Teknologi yang digunakan dalam marketplace memudahkan transaksi antara pihak-pihak yang terlibat dan memastikan bahwa setiap transaksi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>16</sup>

Menurut Smith online *marketplace* merujuk pada penerapan teknologi digital sebagai alat untuk mencapai tujuan pemasaran. Teknologi digital di sini tidak hanya mencakup website atau aplikasi yang digunakan sebagai platform jual beli, tetapi juga berbagai alat pemasaran digital yang memungkinkan penjual untuk menjangkau pasar yang lebih luas. *Marketplace* ini memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan pengelolaan inventaris, mempercepat proses transaksi, serta memberikan kemudahan bagi pembeli dan penjual untuk berinteraksi dalam satu platform yang efisien dan terorganisir.<sup>17</sup>

Menurut opiiida mengartikan online *marketplace* sebagai media berbasis internet yang digunakan sebagai tempat transaksi bisnis. Platform ini memberikan peluang bagi pembeli untuk mencari berbagai penjual yang menawarkan produk sesuai dengan kriteria yang diinginkan, baik dari segi harga, kualitas, maupun spesifikasi produk. *Marketplace* ini juga memungkinkan adanya perbandingan harga antar penjual yang berbeda, sehingga pembeli dapat memilih produk dengan harga pasar yang terbaik. Dengan demikian, online marketplace berperan penting dalam menciptakan pasar yang lebih transparan dan memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian dengan cara yang lebih efisien dan informatif. Pada penelitian ini marketplace yang diteliti yaitu Tokopedia dan Shopee.<sup>18</sup>

Shopee dan Tokopedia sebagai platform *e-commerce* terbesar di Indonesia berperan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) berdasarkan Pasal 1 angka 6 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 (PP 80/2019) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sebagai PSE, kedudukan hukum Shopee dan Tokopedia tidak hanya sebatas sebagai penyedia fasilitas untuk transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli, tetapi mereka memiliki tanggung jawab aktif dalam mengawasi produk yang dijual di platform mereka. Dalam hal ini, regulasi tersebut mengharuskan mereka untuk memverifikasi identitas dan legalitas penjual, memantau produk yang dijual, serta menarik produk yang melanggar hak kekayaan intelektual, termasuk barang tiruan. Sebagai contoh, Shopee dan Tokopedia diwajibkan untuk menerapkan kebijakan yang melarang peredaran barang tiruan melalui mekanisme verifikasi penjual, penggunaan teknologi deteksi seperti (*AI Image Recognition* dan *Blockchain Product Tracking*), serta mekanisme takedown untuk menarik produk ilegal. Meskipun sudah ada kebijakan tertulis yang mengatur kewajiban ini, praktiknya sering kali ada perdebatan tentang sejauh mana kewajiban aktif yang harus dijalankan oleh platform, di mana terkadang mereka berargumen sebagai perantara pasif yang hanya bertindak setelah adanya laporan.<sup>19</sup> Oleh karena itu, hubungan hukum antara Shopee, Tokopedia, dan penyedia jasa (penjual) diatur oleh perjanjian Syarat dan Ketentuan yang mengikat, dan harus dijalankan sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, serta menghindari interpretasi yang dapat merugikan konsumen dan pemilik merek yang sah.

Dalam Kedudukannya berdasarkan Undang Undang ITE dan PMSE diakui sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik (PPMSE) istilahnya. Sebagai PPMSE, mereka berfungsi sebagai platform yang menyediakan sistem elektronik untuk melakukan transaksi antara penjual dan pembeli. Istilah ini merujuk pada peran mereka sebagai penghubung antara pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan elektronik, yang diatur dalam Pasal 1 angka 6 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019).

---

<sup>16</sup> *Ibid.* hlm 166

<sup>17</sup> Tumpal Pangihutan Situmorang et al., *Manajemen Pemasaran (Implementasi Marketing 4.0)* (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020). Hlm 77.

<sup>18</sup> *Ibid.* hlm 80

<sup>19</sup> *Ibid.* Hlm 82.

Dalam UU ITE dan PMSE *Marketplace* seperti shoope dan tokopedia tidak sepenuhnya netral tetapi konsep netralitas dalam hukum umum, *platform* dianggap “perantara pasif” (neutral intermediary) namun realitas di indonesia *Marketplace* tidak bersifat pasif karena shopee dan tokopedia memiliki kewajiban aktif memantau produk yang diatur pada pasal 10 Permendag nomor 50 tahun 2020 dan juga menerapkan kebijakan verifikasi penjual, teknologi deteksi AI dan mekanisme *Takedown*, Contoh kasus pada Hotto yang dimana shopee dan tokopedia melakukan penghapusan produk tiruan setelah laporan yang membuktikan intervensi aktif. Berdasarkan undang undang tersebut *Marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik (PPMSE), memiliki tanggung jawab untuk memverifikasi penjual, memantau produk yang dijual, dan menarik barang ilegal atau melanggar hak kekayaan intelektual. Mereka juga harus memastikan sistem keamanan dan perlindungan data pribadi konsumen, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil antara penjual dan pembeli. Selain itu, marketplace harus menegakkan kebijakan internal dengan memberikan sanksi kepada pelanggar dan menciptakan pasar yang transparan dengan informasi yang jelas mengenai produk, harga, dan kebijakan pengembalian barang. Semua ini bertujuan untuk menjaga integritas transaksi dan melindungi konsumen sesuai dengan hukum yang berlaku.

Tugas *marketplace* dalam perniagaan *e-commerce* adalah menyediakan platform yang aman dan efisien untuk transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. *Marketplace* bertanggung jawab untuk memverifikasi penjual, memastikan produk yang dijual sah, memantau aktivitas transaksi, dan melindungi data pribadi konsumen. Mereka juga harus menyediakan sistem pembayaran yang aman, mengatur pengiriman barang, serta menangani sengketa yang mungkin terjadi antara pembeli dan penjual, guna memastikan kelancaran dan keamanan perdagangan online.

Tokopedia adalah sebuah platform belanja online yang memungkinkan siapa saja, termasuk pemilik bisnis di Indonesia, untuk membuka dan mengelola toko online mereka dengan mudah dan tanpa biaya. Platform ini dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman bagi penggunanya. Penggunaan Tokopedia sangat sederhana dan tidak dikenakan biaya apapun. Sebagai perusahaan, Tokopedia tidak memiliki cabang-cabang lain, melainkan hanya memiliki kantor pusat yang terletak di Jakarta.<sup>20</sup>

Tokopedia pertama kali muncul di pasar pada 17 Agustus 2009, didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Pada tahun yang sama, Tokopedia menerima pendanaan awal atau seed funding dari PT Dwitama. Beberapa bulan kemudian, Tokopedia menerima suntikan dana yang cukup besar, sekitar USD 100 juta atau setara dengan Rp 1,2 triliun, yang diberikan oleh Softbank Internet and Media Inc. serta Sequoia Capital.<sup>21</sup>

Tokopedia telah meraih berbagai penghargaan bergengsi, di antaranya adalah Marketeers of the Year 2014 untuk kategori *e-commerce* pada acara *Markplus Conference* 2015 yang diselenggarakan oleh Markplus Inc. pada 11 Desember 2014. Kemudian, pada 12 Mei 2016, Tokopedia kembali dianugerahi sebagai *Best Company in Consumer Industry* dalam ajang Indonesia Digital Economy Award 2016. Di situs Tokopedia, pengguna dapat menemukan beragam produk, mulai dari barang elektronik, perlengkapan kantor dan rumah tangga, peralatan olahraga, kosmetik, hingga perlengkapan bayi, dan masih banyak lagi. Selain itu, Tokopedia juga menawarkan berbagai produk digital yang memudahkan konsumen, seperti TokoCash, tiket kereta api, pembayaran air PDAM, angsuran kredit, pembayaran pascabayar, gas PGN, Mitra Toppers, pulsa, BPJS, Telkom, donasi, voucher game, dan lainnya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Muhammad Tunjang Syaeh and Satino Satino, “Harmoni Hukum Dan Bisnis: Antisipasi Tantangan Kepatuhan Dan Inovasi Dalam Lingkungan Bisnis Merata-Tertata Berbasis E-Commerce Tokopedia Dalam Internet of Things (IoT) Melalui Gagasan 6.0,” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 57–70.

<sup>21</sup> *Ibid.* Hlm 66.

<sup>22</sup> *Ibid.* Hlm 58.

Sebagian besar produk yang dijual dapat dengan mudah ditemukan di situs Tokopedia. Ini tentu saja sangat memudahkan para pembeli yang memiliki keterbatasan waktu untuk berbelanja di toko fisik dan tidak ingin menghadapi prosedur yang rumit. Tokopedia dilengkapi dengan fitur mesin pencari atau search engine yang mempermudah pembeli dalam menemukan barang yang mereka inginkan. Selain itu, Tokopedia juga menyediakan fitur direktori yang berfungsi sebagai katalog belanja untuk mempermudah pencarian produk.

Tokopedia juga menjalin kemitraan dengan agen pengiriman di Indonesia, yang mempermudah pembeli yang berada di lokasi terpencil. Proses pembayaran di Tokopedia juga aman dan cepat, karena ada sistem verifikasi pembayaran yang instan. Hal ini memberikan keuntungan bagi penjual dalam mengirimkan barang dengan cepat, serta memastikan pembeli puas karena barang yang mereka pesan dapat tiba tepat waktu.<sup>23</sup>

Tokopedia menyediakan berbagai fitur tambahan, salah satunya adalah JNE Online Booking. Melalui layanan pengiriman JNE, Tokopedia memudahkan proses pengiriman dengan sistem resi otomatis. Penjual hanya perlu membawa kode booking yang diterima setelah pesanan masuk, dan nomor resi akan secara otomatis tercatat di akun penjual maupun pembeli. Fitur ini memastikan bahwa barang yang dikirim melalui JNE akan sampai dengan aman, sehingga penjual dan pembeli tidak perlu khawatir tentang pengiriman yang tidak terpantau.<sup>24</sup>

Pengaturan admin adalah fitur berbayar yang disediakan oleh Tokopedia untuk pemilik toko dengan volume penjualan tinggi yang sering kesulitan mengelola toko mereka secara mandiri. Fitur ini memungkinkan penjual untuk menambahkan hingga sepuluh orang sebagai admin untuk membantu mengelola toko, sehingga memudahkan penjual dalam menjalankan operasional toko mereka.<sup>25</sup>

TopAds adalah fitur yang disediakan oleh Tokopedia untuk mempromosikan toko atau produk yang dijual, sehingga memudahkan produk dan toko tersebut untuk lebih terlihat dan menarik lebih banyak pembeli. Dengan fitur ini, produk yang dipromosikan dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Tokopedia telah menjual lebih dari 4.000 produk, dengan total transaksi yang cukup signifikan.<sup>26</sup>

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Tokopedia dari sisi penjual, Tokopedia menawarkan berbagai keunggulan yang sangat menguntungkan. Penampilan website yang didominasi warna hijau memberikan kesan segar dan nyaman dilihat. Tokopedia juga tidak memungut biaya untuk penggunaan platformnya, yang membuatnya lebih menarik bagi penjual. Tampilan website yang minimalis dan informatif memudahkan penjual dalam mengelola toko mereka, sementara fitur penambahan daftar produk yang jelas dan pilihan kategori yang lebih bervariasi, serta adanya fitur harga grosir, memberikan kemudahan dalam mengatur produk yang dijual. Tokopedia juga menyediakan fitur Preorder untuk produk yang memerlukan waktu lama, seperti barang impor, serta pilihan pengiriman lengkap dengan biaya tambahan yang dikenakan. Waktu pemrosesan pemesanan yang mencapai 5-7 hari setelah invoice masuk memberikan kelonggaran bagi penjual dalam mengelola pesanan. Meskipun terdapat beberapa bug, keamanan akun tetap terjaga dengan baik, berkat penggunaan kode OTP yang sangat dihargai. Selain itu, penjual dapat mengakses cerita inspirasi, tips, dan informasi lain yang berguna melalui blog Tokopedia untuk membantu meningkatkan penjualan mereka.<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Suprapdi Suprapdi and Abdul Mujib, "Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Tabungan Emas Pada E-Commerce Tokopedia," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2023): 74–86.

<sup>24</sup> *Ibid.* Hlm 77.

<sup>25</sup> *Ibid.* Hlm 78.

<sup>26</sup> *Ibid.* Hlm 79.

<sup>27</sup> Upik Sri Sulistyawati, "Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Platform E-Commerce: Studi Kasus Tokopedia," *Jurnal Manajemen Dan Teknologi* 1, no. 1 (2024): 43–56.

Dari sisi pembeli, Tokopedia menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengalaman berbelanja. Website Tokopedia memiliki waktu loading yang cepat, sehingga memudahkan pembeli untuk menjelajahi produk tanpa gangguan. Tokopedia juga sering memberikan promo gratis ongkos kirim, biasanya dengan durasi selama sebulan, yang sangat menguntungkan bagi pembeli. Selain itu, platform ini menyediakan fitur pembelian tiket kereta api, pulsa, paket data, dan token listrik, yang memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan mereka. Tokopedia juga memungkinkan pembeli untuk melakukan top up saldo, yang mempercepat dan mempermudah proses pembayaran secara instan. Fitur preorder memberikan kesempatan lebih besar bagi pembeli untuk mendapatkan produk yang membutuhkan waktu lama untuk diproses, seperti barang impor. Fitur retur gratis sangat berguna, terutama untuk produk seperti fashion, sepatu, helm, dan lainnya, yang memungkinkan pembeli mengembalikan barang jika tidak sesuai dengan harapan. Selain itu, katalog yang tersedia di Tokopedia sangat membantu pembeli dalam mencari produk yang mereka butuhkan dengan lebih mudah dan terorganisir.<sup>28</sup>

Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di sejumlah negara, termasuk Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun yang sama, Shopee berhasil memperluas jangkauannya ke tujuh wilayah berbeda. Di bulan Desember 2015, Shopee menyelenggarakan sesi pertama dari Shopee University di Taiwan, yang hingga kini telah memberikan manfaat kepada sekitar 70 ribu penjual di berbagai wilayah. Selain itu, Shopee juga memperkenalkan Shopee Mall di beberapa negara, dimulai dengan peluncuran di Taiwan pada Juni 2017.<sup>29</sup>

Saat ini, Shopee telah memiliki lebih dari 11.000 penjual yang tersebar di tujuh wilayah. Pada tahun 2018, platform kami berhasil mencapai *Gross Merchandise Value* (GMV) lebih dari US\$10 miliar, dengan lebih dari 600 juta transaksi yang terjadi melalui Shopee. Selain itu, pada Mei 2018, Shopee meluncurkan Super Brand Day pertama di Indonesia dengan P&G sebagai mitra. Sejak peluncuran pertama tersebut, kami telah mengadakan 70 Super Brand Days di berbagai wilayah.<sup>30</sup>

Shopee dan Tokopedia sebagai platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia memiliki berbagai jenis perjanjian yang mengatur hubungan mereka dengan pelaku usaha atau produsen yang berpartisipasi dalam ekosistem digital mereka. Perjanjian-perjanjian ini dirancang untuk menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat, termasuk pelaku usaha, platform, dan konsumen. Perjanjian ini sangat penting karena dapat memberikan kepastian hukum, perlindungan hak, dan menjaga integritas transaksi yang terjadi di dalam ekosistem masing-masing.

Perjanjian kemitraan bisnis merupakan bentuk dasar dari hubungan antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha. Dalam perjanjian ini, platform *e-commerce* bertindak sebagai pihak yang menyediakan media untuk transaksi, sementara pelaku usaha atau produsen bertanggung jawab untuk menyediakan produk atau jasa yang dijual melalui platform tersebut.<sup>31</sup>

Perjanjian ini mengatur berbagai hal terkait hak dan kewajiban kedua belah pihak. Salah satunya adalah pembagian keuntungan, di mana Shopee dan Tokopedia akan mengambil komisi dari setiap transaksi yang terjadi di platform mereka. Komisi ini telah disepakati sebelumnya dalam perjanjian dan merupakan sumber pendapatan bagi platform. Selain itu, perjanjian ini juga mengatur kewajiban produsen terkait kualitas barang yang dijual serta cara penjualannya. Produsen diharuskan untuk mematuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh platform dan memastikan bahwa deskripsi

---

<sup>28</sup> *Ibid.* Hlm 47.

<sup>29</sup> Zumhur Alamin et al., “Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia,” *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (2023): 120–31.

<sup>30</sup> *Ibid.* Hlm 123.

<sup>31</sup> Hasya Fazni Pratiwi and M Faiz Mufidi, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Timbul Karena Kerusakan Barang Dalam Jual Beli Online Melalui Platform Shopee Dihubungkan Dengan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” in *Bandung Conference Series: Law Studies*, vol. 2, 2022, 26–65.

produk sesuai dengan barang yang dijual, serta mengikuti kebijakan harga dan pengiriman.<sup>32</sup>

Perjanjian ini juga mencakup ketentuan terkait penyelesaian sengketa. Jika terjadi masalah atau perselisihan, misalnya terkait kualitas barang atau keterlambatan pengiriman, perjanjian ini menetapkan mekanisme penyelesaian sengketa, baik melalui mediasi internal platform maupun melalui jalur hukum. Penyelesaian sengketa ini bertujuan untuk melindungi hak kedua belah pihak dan menjaga kelancaran operasional *platform*.<sup>33</sup>

Shopee dan Tokopedia juga membuat perjanjian layanan dengan pelaku usaha. Perjanjian ini mengatur hak akses dan kewajiban yang dimiliki pelaku usaha dalam menggunakan berbagai fasilitas dan fitur yang disediakan oleh platform. Pelaku usaha dapat menggunakan berbagai layanan tambahan seperti promosi berbayar, analisis penjualan, dan sistem pembayaran yang disediakan oleh Shopee dan Tokopedia untuk meningkatkan penjualan mereka.<sup>34</sup>

Perjanjian layanan ini juga mengatur ketentuan terkait penggunaan data. Pelaku usaha diharuskan untuk memberikan data yang akurat dan relevan mengenai produk yang mereka jual, serta menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen yang mereka kumpulkan melalui platform. Di sisi lain, Shopee dan Tokopedia bertanggung jawab untuk memastikan keamanan data pengguna mereka dan mematuhi ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan data pribadi.<sup>35</sup>

Pada konteks perjanjian antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha, terdapat beberapa undang-undang yang sangat relevan dan harus dipatuhi oleh semua pihak. Salah satunya adalah Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) juga memberikan dasar hukum yang kuat bagi Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha dalam menjalankan transaksi elektronik. UU ITE mengatur tentang tanda tangan elektronik, validitas transaksi digital, serta perlindungan data pribadi konsumen. Dengan adanya perjanjian yang mengatur hal-hal ini, semua pihak yang terlibat dapat melakukan transaksi dengan lebih aman dan terjamin keabsahannya di mata hukum.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik juga memberikan pedoman bagi Shopee dan Tokopedia dalam menjalankan operasional mereka. Peraturan ini mengatur berbagai aspek mengenai pelaksanaan perdagangan melalui platform *e-commerce*, mulai dari kewajiban bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk hingga kewajiban platform untuk menjaga transparansi dan kepercayaan konsumen. Selain itu, peraturan ini juga menetapkan pedoman tentang bagaimana transaksi harus dilakukan dengan aman dan bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa harus diterapkan.

Perjanjian yang dilakukan antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha memiliki kedudukan yang sangat kuat. Berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak yang tercantum dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPERDATA), setiap perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak yang berkompeten secara hukum akan dianggap sah dan mengikat, asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Meskipun perjanjian tersebut sah, jika terdapat pelanggaran terhadap perjanjian, pihak yang dirugikan baik itu pelaku usaha, konsumen, maupun platform dapat mengajukan gugatan melalui jalur hukum. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur pengadilan atau melalui mekanisme alternatif yang telah disepakati dalam perjanjian.

Shopee dan Tokopedia sebagai dua platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, tidak hanya menjalin kemitraan dengan pelaku usaha atau produsen, tetapi juga memiliki perjanjian yang mengatur hubungan mereka dengan konsumen. Perjanjian ini menjadi landasan hukum yang melindungi hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam transaksi yang dilakukan di platform

---

<sup>32</sup> *Ibid.* hlm 45

<sup>33</sup> *Ibid.* hlm 56-67

<sup>34</sup> Priambudi Choiril Ilham and Arikha Saputra, "Penerapan Perjanjian Jual Beli Online Di Aplikasi Shopee Berdasarkan KUHPERDATA Dan UU ITE," *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 12–60.

<sup>35</sup> *Ibid.* hlm 16

mereka. Kedua platform *e-commerce* ini menyediakan berbagai layanan yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk dengan mudah, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terjaga dengan baik sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.<sup>36</sup>

Di Shopee, perjanjian layanan konsumen mengatur beberapa aspek utama yang berkaitan langsung dengan pengalaman konsumen. Hal pertama yang diatur adalah proses pendaftaran akun dan hak konsumen untuk menggunakan akun tersebut. Dalam hal ini, Shopee memberikan hak kepada konsumen untuk mengakses fitur-fitur seperti pemilihan produk, penggunaan voucher diskon, serta penggunaan fitur chat untuk berkomunikasi dengan penjual. Selain itu, Shopee juga menyediakan sistem pembayaran yang dapat digunakan oleh konsumen untuk melakukan transaksi, serta opsi pengiriman yang bervariasi.<sup>37</sup>

Perjanjian ini juga mengatur ketentuan mengenai pengembalian barang dan refund. Jika produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan atau rusak, konsumen memiliki hak untuk mengajukan klaim kepada Shopee. Shopee kemudian akan memverifikasi klaim tersebut dan, jika diterima, akan mengatur pengembalian produk dan proses refund. Selain itu, perjanjian ini mengatur cara penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual, di mana konsumen dapat melibatkan Shopee untuk menengahi atau menyelesaikan permasalahan terkait transaksi.<sup>38</sup>

Shopee juga memiliki ketentuan khusus mengenai garansi produk yang dijual oleh penjual. Garansi ini diatur agar konsumen mendapatkan perlindungan jika produk yang mereka beli mengalami kerusakan dalam jangka waktu tertentu. Shopee bertindak sebagai mediator dalam hal ini, memfasilitasi komunikasi antara konsumen dan penjual untuk memastikan bahwa garansi dapat diterima sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.<sup>39</sup>

Perjanjian layanan konsumen di Tokopedia memiliki beberapa kesamaan dengan yang diterapkan oleh Shopee, tetapi juga ada perbedaan dalam beberapa hal. Tokopedia mengatur hak konsumen untuk melakukan transaksi di platform, serta kewajiban untuk mematuhi kebijakan yang berlaku, termasuk kebijakan harga dan pengembalian barang. Sama halnya dengan Shopee, Tokopedia memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menggunakan fitur pencarian dan filter untuk menemukan produk yang diinginkan.<sup>40</sup>

Tokopedia juga memiliki sistem pengembalian produk yang diatur dalam perjanjian layanan konsumen. Jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan harapan, konsumen bisa mengajukan klaim untuk mendapatkan pengembalian dana atau penggantian produk. Tokopedia memiliki ketentuan yang jelas mengenai waktu dan prosedur pengembalian, serta mekanisme pemrosesan klaim yang memungkinkan konsumen mendapatkan solusi yang cepat dan efisien.<sup>41</sup>

Tokopedia juga menyediakan program perlindungan konsumen melalui program "*Tokopedia Guarantee*" yang bertujuan untuk melindungi hak konsumen jika terjadi masalah dalam transaksi. Dalam hal ini, Tokopedia akan mengembalikan uang konsumen jika produk yang diterima tidak sesuai atau tidak dikirim oleh penjual setelah batas waktu yang disepakati. Hal ini memberikan rasa

---

<sup>36</sup> Ari Apriatman Molle, Teng Berlianty, and Agustina Balik, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk," *PATTIMURA Law Study Review* 1, no. 1 (July 22, 2023): 1–15.

<sup>37</sup> *Ibid.* hlm 5

<sup>38</sup> Nikmal Muna, Eka Kurniasari, and Lena Farsia, "Tanggung Jawab Perdata Platform E-Commerce Shopee Dalam Melindungi Konsumen Terhadap Kesalahan Pengiriman Barang Dari Toko Luar Negeri," *JIM Bidang Hukum Keperdataan* 8, no. 2 (2024): 26–36.

<sup>39</sup> *Ibid.* hlm 21

<sup>40</sup> Taris Asyafa and Ridha Wahyuni, "Pertanggungjawaban Perdata Tokopedia Atas Kerugian Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Ponsel Ex-Inter Melalui E-Commerce," *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian* 4, no. 5 (2025): 55–65.

<sup>41</sup> *Ibid.* 45–60

aman bagi konsumen untuk bertransaksi tanpa rasa khawatir mengenai penipuan atau masalah lainnya.<sup>42</sup>

Perjanjian yang digunakan oleh Shopee dan Tokopedia dalam melindungi konsumen juga didasarkan pada beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Salah satu undang-undang yang paling relevan adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur hak-hak konsumen yang melakukan transaksi dalam sistem *e-commerce*. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, konsumen berhak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual. Jika produk yang diterima cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen berhak untuk mengembalikan barang dan mendapatkan ganti rugi.

UU Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang kewajiban bagi penjual dan platform *e-commerce* untuk memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai produk yang dijual, harga, serta syarat dan ketentuan pengembalian barang. Dengan adanya ketentuan ini, konsumen dapat melakukan pembelian dengan rasa aman karena mereka mendapatkan perlindungan yang jelas dan transparan dari platform *e-commerce*.

Secara hukum, perjanjian layanan konsumen yang ada di Shopee dan Tokopedia memiliki kedudukan yang sah dan mengikat menurut hukum di Indonesia. Kedua platform ini, sebagai penyelenggara sistem elektronik, wajib mematuhi berbagai peraturan yang mengatur tentang transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Hal ini berlandaskan pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang mengatur bahwa setiap perjanjian yang dibuat oleh pihak yang berkompeten secara hukum akan mengikat dan memiliki kekuatan hukum yang sah. Oleh karena itu, perjanjian yang ada antara platform *e-commerce* dan konsumen, seperti yang tercantum dalam syarat dan ketentuan penggunaan, wajib dipatuhi oleh kedua belah pihak.

Kontrak bisnis yang terjadi antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha (produsen) berfungsi sebagai perjanjian yang mengikat antara dua pihak atau lebih. Dalam hal ini, Shopee dan Tokopedia bertindak sebagai penyedia platform *e-commerce* yang menyediakan sarana bagi produsen atau pelaku usaha untuk menjual produk mereka. Sesuai dengan Pasal 1313 KUHPerdata, kontrak yang terjalin antara pihak-pihak ini adalah perjanjian yang saling mengikat, di mana kedua pihak memiliki kewajiban untuk memenuhi prestasi yang telah disepakati, yaitu penyediaan produk oleh produsen dan layanan transaksi oleh Shopee dan Tokopedia.

Pada perjanjian ini, Shopee dan Tokopedia sebagai badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT) memiliki kebebasan berkontrak dengan pelaku usaha dan konsumen. Kebebasan berkontrak diatur oleh asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*), yang memberikan hak bagi Shopee dan Tokopedia untuk menetapkan syarat-syarat transaksi sesuai dengan kehendak mereka, selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Asas ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan perjanjian sesuai dengan kebutuhan operasional mereka, misalnya terkait dengan pembagian komisi, kewajiban pengiriman barang, serta mekanisme penyelesaian sengketa antara platform dan produsen.

Berdasarkan Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdata, perjanjian yang telah disepakati oleh kedua pihak menjadi sah dan mengikat, meskipun belum ada formalitas lebih lanjut seperti tanda tangan.<sup>43</sup> Dalam konteks perjanjian antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha, begitu kedua pihak sepakat mengenai hal-hal terkait transaksi, pengiriman, dan pengembalian barang, perjanjian tersebut langsung memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Asas *Pacta Sunt Servanda* menegaskan bahwa perjanjian ini harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat, sebagai bentuk komitmen untuk menjaga kelancaran transaksi dalam platform *e-commerce*.

Asas itikad baik dalam perjanjian Shopee dan Tokopedia menunjukkan bahwa kedua platform

---

<sup>42</sup> *Ibid.* 43

<sup>43</sup> Salim, *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Hlm 25.

tersebut harus bertindak dengan niat yang baik, jujur, dan transparan dalam melaksanakan kontrak. Hal ini termasuk memberikan informasi yang jelas kepada pelaku usaha tentang kewajiban mereka serta memberikan perlindungan yang layak kepada konsumen.<sup>44</sup> Shopee dan Tokopedia harus menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen dan memastikan transaksi yang dilakukan melalui platform mereka adalah sah dan aman. Selain itu, asas kepatutan mengharuskan agar ketentuan yang terdapat dalam perjanjian antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha memperhatikan norma-norma yang berlaku di masyarakat, seperti perlindungan konsumen dan standar kualitas barang yang dijual.

Salah satu ketentuan yang sangat penting dalam perjanjian kontrak bisnis adalah mengenai penyelesaian sengketa. Baik Shopee maupun Tokopedia mengatur mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas antara produsen dan konsumen dalam perjanjian layanan mereka. Berdasarkan asas kepastian hukum dan asas kebebasan berkontrak, kedua platform ini mengharuskan adanya jalur penyelesaian sengketa, baik melalui mediasi internal platform maupun jalur hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penyelesaian sengketa ini bertujuan untuk memastikan bahwa hak kedua belah pihak baik pelaku usaha, konsumen, maupun platform terjaga, dan transaksi dapat berjalan dengan lancar.<sup>45</sup>

Sesuai dengan Pasal 1320 KUHPdata, syarat sahnya suatu kontrak mencakup adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat (konsensus), kecakapan bertindak, perihal tertentu yang jelas dan dapat dipastikan, serta tujuan yang halal.<sup>46</sup> Dalam hal ini, perjanjian yang dibuat antara Shopee, Tokopedia, dan pelaku usaha atau konsumen memenuhi semua syarat ini. Para pihak sepakat dengan jelas mengenai transaksi yang akan dilakukan, seperti pembelian barang, pengiriman, dan pengembalian produk. Selain itu, setiap pihak yang terlibat memiliki kapasitas hukum untuk bertindak dan menjalankan perjanjian.

Perjanjian yang ada memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak. Bagi pelaku usaha, perjanjian ini mengatur hak dan kewajiban mereka dalam bertransaksi melalui platform *e-commerce* dan memberikan jaminan bahwa hak mereka terkait dengan komisi dan perlindungan atas transaksi yang dilakukan dijamin dengan baik. Bagi konsumen, perlindungan hukum tercermin dalam adanya ketentuan yang melindungi mereka dari penipuan, pengembalian barang, serta perlindungan data pribadi yang telah diatur oleh platform dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Hubungan Hukum antara Marketplace dan Seller didasari oleh UU ITE, namun pada pasal 15 ayat 3 menjadi ambiguitas dikarenakan yang dimana marketplace berkewajiban untuk bertanggung jawab atas penyelenggara sistem elektronik jika terjadi adanya komplain dan barang yang tidak sesuai dengan yang diterima oleh konsumen, namun karena pasal 3 tersebut, Marketplace bisa dibilang sebagai “Perantara Pasif” dikarenakan membiarkan tanggung jawab tersebut dan ditambah klausul Perjanjian *Limitation of Liability* ( Pembatasan Tanggung Jawab ) antara Marketplace dan Seller/Konsumen. Inilah jantung dari kritik pembahasan hubungan hukum ini dan Dalam Syarat Dan Ketentuan tersebut, terdapat klausul yang berbunyi "Platform (Shopee/Tokopedia) bertindak sebagai penyedia venue/ tempat saja. Platform tidak bertanggung jawab atas keaslian, kualitas, keamanan, kesesuaian dengan deskripsi, atau legalitas produk yang dijual oleh seller. Seluruh tanggung jawab atas produk berada di tangan seller." Maka dari itu Pasal 1 dan 2 yang menyatakan marketplace bertanggung jawab sebagai penyelenggara sistem elektronik bisa batal demi hukum dikarenakan mengalihkan resikonya dan menikmati keuntungan yang didapatkannya dari komisi transaksi, biaya iklan, serta dan lain lainnya, karena seperti penjelasan tadi adanya ambiguitas terhadap pasal 3 UU ITE dan implementasi tidak sesuai dengan UU ITE serta bisa di batalkan demi hukum.

Klausul semacam ini patut diuji keabsahannya berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang No. 8

---

<sup>44</sup> Ramziati, Sulaiman, and Jumadiah, *Kontrak Bisnis: Dalam Dinamika Teoritis Dan Praktis*. Hlm 15.

<sup>45</sup> Adi, *Hukum Dan Kontrak Bisnis*. Hlm 47.

<sup>46</sup> Kartikawati, *Hukum Kontrak*. Hlm 14.

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa klausul baku yang dicantumkan secara sepihak dan merugikan konsumen batal demi hukum. Dalam konteks ini, seller dapat dipandang sebagai konsumen dari jasa platform, sehingga berhak atas perlindungan yang sama dari klausul-klausul yang tidak seimbang.

Setiap perjanjian yang memuat klausul baku yang merugikan konsumen dapat dibatalkan demi hukum. Pasal ini menegaskan bahwa klausul yang mengandung ketentuan yang tidak adil dan merugikan konsumen, seperti klausul eksonerasi yang membebaskan tanggung jawab sepenuhnya kepada penjual, dapat dianggap batal. Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE), Shopee dan Tokopedia memiliki kewajiban aktif untuk menjaga perlindungan konsumen, termasuk memverifikasi penjual dan memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual. Dengan demikian, klausul eksonerasi yang membatasi atau menghindari tanggung jawab mereka atas kerugian yang timbul dari produk yang cacat atau barang tiruan dapat dianggap melanggar prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hubungan kontraktual. Dalam hal ini, Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang memungkinkan batalnya klausul tersebut jika terbukti merugikan konsumen. Untuk memenuhi kewajiban mereka, marketplace harus memperbaiki klausul-klausul tersebut dengan cara memastikan adanya mekanisme yang lebih jelas dan adil dalam melindungi konsumen, termasuk dengan menyediakan prosedur pengembalian barang yang efisien dan memberikan ganti rugi yang layak bagi konsumen yang dirugikan.

## **B. Tanggung Jawab Shopee dan Tokopedia dalam Upaya Pencegahan Peredaran Barang Tiruan pada Marketplace di Indonesia**

Mengakses atau menggunakan layanan Shopee mengharuskan untuk terikat oleh syarat dan ketentuan yang tercantum pada Shopee. Shopee berhak mengubah, memperbarui, atau menambahkan syarat dan ketentuan kapan saja tanpa pemberitahuan sebelumnya. Pengguna disarankan untuk memeriksa secara berkala syarat dan ketentuan yang berlaku. Akses dan penggunaan berbagai fitur Shopee memerlukan pendaftaran akun. Proses pendaftaran memerlukan informasi yang valid dan akurat. Pengguna bertanggung jawab penuh atas kerahasiaan informasi akun, termasuk nama pengguna dan kata sandi. Jika terjadi penyalahgunaan atau pelanggaran kebijakan, Shopee berhak membatalkan atau menangguhkan akun pengguna.<sup>47</sup>

Setiap transaksi yang dilakukan melalui platform Shopee harus mematuhi ketentuan dan prosedur yang berlaku. Pembayaran transaksi hanya dapat dilakukan melalui metode yang disediakan oleh Shopee. Shopee tidak bertanggung jawab atas kegagalan transaksi akibat masalah teknis atau kesalahan pembayaran. Penjual wajib memastikan bahwa produk yang dijual di Shopee sesuai dengan standar yang ditetapkan dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual atau hukum lainnya. Shopee tidak dapat menjamin kualitas atau keaslian produk yang dijual, namun menyediakan sistem evaluasi agar konsumen dapat memberikan ulasan dan membantu pembeli lainnya dalam membuat keputusan.<sup>48</sup>

Shopee menyediakan berbagai pilihan pengiriman melalui kurir yang bekerja sama dengan platform. Pembeli diharapkan memilih metode pengiriman yang sesuai. Jika barang yang diterima tidak sesuai atau rusak, Shopee menawarkan kebijakan pengembalian barang sesuai ketentuan yang berlaku. Pembeli dapat mengajukan klaim pengembalian produk yang akan diverifikasi oleh Shopee. Biaya pengembalian barang, jika berlaku, ditanggung oleh pembeli sesuai kebijakan pengembalian. Shopee menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa antara pembeli dan penjual terkait masalah transaksi, kualitas produk, atau pengiriman. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui mediasi internal Shopee atau melalui jalur hukum yang berlaku. Proses ini memastikan bahwa hak kedua

---

<sup>47</sup> Angelia Putriana, "Daya Ikat Perjanjian Jual Beli Dalam Marketplace Shopee Dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD)," MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi 1, no. 4 (2022): 365–73.

<sup>48</sup> *Ibid.* 44

belah pihak baik pembeli maupun penjual terjaga.<sup>49</sup>

Shopee menghargai privasi penggunanya dan berkomitmen menjaga keamanan data pribadi. Data pribadi pengguna hanya akan digunakan untuk tujuan transaksi dan layanan terkait Shopee. Shopee berjanji tidak akan menyalahgunakan data pribadi dan akan menjaga kerahasiaannya sesuai kebijakan privasi yang berlaku. Shopee tidak bertanggung jawab atas kerugian atau kerusakan yang timbul akibat penggunaan layanan Shopee, termasuk tetapi tidak terbatas pada kehilangan data, kerugian finansial, atau masalah lain yang disebabkan oleh faktor-faktor di luar kendali Shopee. Pengguna diharapkan memahami bahwa risiko terkait penggunaan platform sepenuhnya menjadi tanggung jawab masing-masing.<sup>50</sup>

Shopee memiliki tanggung jawab dalam menangani penjualan barang tiruan atau palsu di platformnya, yang diatur melalui beberapa langkah tindakan. Jika ada laporan dari pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau pemilik merek terkenal mengenai penjualan barang tiruan, Shopee akan melakukan penelusuran dan penghapusan produk yang dimaksud. Selain itu, Shopee juga dapat memberlakukan batasan terhadap akun penjual yang terlibat dalam penjualan barang tiruan, seperti pembatasan pada penjualan atau akses lainnya. Jika pelanggaran terus berlanjut, Shopee berhak untuk menanggulangi dan mengakhiri aktivitas penjualan tersebut, termasuk dengan menghapus akun penjual. Dalam kasus yang lebih serius, Shopee juga dapat mengambil langkah hukum terhadap penjual yang melanggar ketentuan. Namun, untuk memulai proses ini, pemilik merek atau agen yang sah harus terlebih dahulu melaporkan pelanggaran tersebut melalui formulir online yang disediakan Shopee, beserta dokumen pendukung yang relevan. Dengan demikian, tanggung jawab Shopee terhadap penjualan barang tiruan bergantung pada inisiatif dari pemilik merek untuk melaporkan pelanggaran, sementara Shopee bertindak sebagai platform yang mengelola dan menindaklanjuti laporan tersebut sesuai dengan kebijakan yang ada.

Menggunakan berbagai layanan Tokopedia memerlukan pembuatan akun dengan informasi yang valid dan akurat. Akun memberikan akses untuk bertransaksi, mengelola produk, dan melakukan aktivitas lainnya di platform Tokopedia. Pengguna bertanggung jawab penuh menjaga kerahasiaan informasi akun, termasuk nama pengguna dan kata sandi. Tokopedia berhak menangguhkan atau membatalkan akun pengguna jika terdeteksi pelanggaran terhadap kebijakan atau penyalahgunaan platform.<sup>51</sup>

Setiap transaksi yang dilakukan di Tokopedia harus menggunakan metode pembayaran yang sah dan diterima oleh platform. Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kegagalan transaksi yang disebabkan oleh masalah teknis atau kesalahan pembayaran. Pembeli dan penjual diharapkan memastikan bahwa transaksi yang dilakukan mematuhi ketentuan yang berlaku. Penjual di Tokopedia diwajibkan memastikan produk yang dijual sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan tidak melanggar hukum yang berlaku. Tokopedia tidak menjamin kualitas atau keaslian produk yang dijual, namun menyediakan sistem ulasan agar konsumen dapat memberikan feedback mengenai produk yang dibeli, yang dapat membantu konsumen lain dalam memilih produk yang terbaik.<sup>52</sup>

Tokopedia bekerja sama dengan berbagai jasa pengiriman untuk memastikan produk sampai kepada pembeli tepat waktu. Penjual harus mengirimkan produk sesuai dengan waktu yang disepakati dengan pembeli. Jika produk yang diterima tidak sesuai atau rusak, pembeli dapat

---

<sup>49</sup> Nur, "Transaksi Jual Beli Melalui Media Online Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dan Shopee)." Hlm 45-76

<sup>50</sup> *Ibid.* hlm 33

<sup>51</sup> Mutia Dwi Wibowo, Yudhi Widyo Armono, and Ashinta Sekar Bidari, "Kendala Penerapan Penerapan Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: Dalam Transaksi Jual Beli Online Via Tokopedia Di Akademi Bisnis Digital Surakarta," *Justicia Journal* 11, no. 1 (2022): 1–10.

<sup>52</sup> *Ibid.* hlm 3-6

mengajukan klaim untuk pengembalian barang. Tokopedia menyediakan mekanisme pengembalian produk sesuai kebijakan yang berlaku. Tokopedia menyediakan layanan penyelesaian sengketa antara pembeli dan penjual, termasuk masalah terkait kualitas produk atau pengiriman barang. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui mediasi internal Tokopedia atau jalur hukum sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini memastikan hak dan kewajiban kedua belah pihak dilaksanakan secara adil.<sup>53</sup>

Tokopedia sangat menghargai privasi data pribadi penggunanya. Data pribadi yang dikumpulkan selama penggunaan platform hanya akan digunakan untuk tujuan transaksi dan pelayanan terkait Tokopedia. Semua data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan sesuai dengan kebijakan privasi yang telah ditetapkan oleh Tokopedia. Tokopedia tidak bertanggung jawab atas kerugian atau kerusakan yang timbul akibat penggunaan platform Tokopedia, baik yang disebabkan oleh kesalahan sistem, pelanggaran oleh penjual, atau masalah lainnya yang berada di luar kendali Tokopedia. Pengguna diharapkan menerima risiko terkait dengan penggunaan platform sebagai tanggung jawab pribadi.<sup>54</sup>

Tokopedia memiliki tanggung jawab dalam memastikan bahwa barang yang dijual di platformnya tidak melanggar ketentuan, termasuk barang palsu atau tiruan. Produk-produk yang dilarang untuk dijual di Tokopedia meliputi barang palsu, berbahaya, atau tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan. Penjual diharuskan untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual mematuhi peraturan yang berlaku. Tokopedia juga memungkinkan penjual untuk mengajukan klaim terkait barang yang rusak atau hilang, namun barang yang palsu atau tidak sesuai dengan standar tidak akan diterima untuk dijual, dan Tokopedia tidak akan bertanggung jawab atas barang tersebut setelah teridentifikasi. Jika ditemukan pelanggaran, seperti penjualan barang palsu, Tokopedia berhak untuk menghapus produk tersebut, menangguk toko penjual, dan mengambil langkah-langkah lain yang dianggap perlu. Pedoman lebih lanjut mengenai produk yang dilarang dapat ditemukan dalam Syarat dan Ketentuan yang disediakan oleh Tokopedia.

Seperti Kasus produk tiruan Hotto di marketplace Shopee melibatkan konsumen yang merasa dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan harapan. Produk tiruan ini dipasarkan dengan harga jauh lebih murah (sekitar Rp220.000 dibandingkan dengan Rp335.000 untuk produk asli), namun kualitasnya sangat berbeda. Konsumen yang membeli produk ini mengalami kekecewaan, terutama karena produk tiruan menggunakan bahan yang lebih rendah dan berbeda secara tekstur serta warna. Beberapa konsumen bahkan mengeluhkan produk yang mereka terima dan mengunggah protes mereka di media sosial. Pihak Hotto, sebagai pemilik merek, merespon dengan klarifikasi bahwa banyak produk tiruan beredar di marketplace, dan menyarankan konsumen untuk membeli hanya di toko resmi atau situs yang terverifikasi. Meski begitu, pihak Hotto juga mengganti produk tiruan yang telah dibeli konsumen, tanpa melibatkan jalur litigasi yang rumit. Penyelesaian ini dilakukan secara non-litigasi melalui pendekatan mediasi, dengan tujuan untuk menghindari proses hukum yang lebih panjang dan memakan biaya.

Meskipun Shopee memiliki kebijakan untuk menghapus produk ilegal, seperti yang tercantum dalam Perjanjian Akun Mitra, implementasi pengawasan terhadap produk tiruan masih sangat terbatas. Hal ini menyebabkan kepercayaan konsumen terhadap marketplace menurun, yang pada gilirannya dapat merugikan reputasi platform tersebut. Dari Hasil diatas, tingkat peredaran produk tiruan yang tinggi terlihat dari 78% dari 18 konsumen sampel yang pernah membeli produk Hotto tiruan di Shopee karena harga lebih murah (Rp220.000 vs Rp335.000 untuk produk asli), sementara analisis data sekunder menunjukkan 65% dari 900 penjual Hotto di Shopee tidak terverifikasi sebagai official store, berpotensi menjual produk palsu. Teknologi filtering Shopee hanya mendeteksi 30% produk tiruan secara otomatis, sedangkan sisanya baru dihapus setelah ada laporan konsumen.

---

<sup>53</sup> *Ibid.* hlm 5

<sup>54</sup> *Ibid.* hlm 6

Tanggung jawab pelaku usaha pun minim, dengan hanya 2 dari 8 penjual tiruan yang bersedia memberikan refund atau penggantian produk asli setelah dikonfirmasi, sementara respon Shopee terhadap laporan produk tiruan rata-rata memakan waktu 7-14 hari dengan hanya 40% kasus yang ditindaklanjuti secara memadai. Hotto sebagai pemilik merek telah mengganti 15% produk tiruan yang dikeluhkan konsumen melalui jalur non-litigasi, namun proses ini tidak terstruktur dan bergantung pada inisiatif korban. Lalu pada tahun lalu platform e-commerce Shopee dan Tokopedia mengungkap praktik penjualan produk tiruan, seperti sepatu olahraga merek bermerek nike termasuk (baju, celana, dll) yang ditawarkan dengan harga yang jauh di bawah pasar disertai deskripsi yang menyesatkan. Kerugian yang diderita konsumen bersifat multisegi, meliputi kerugian materiil, secara penjualan rata-rata produk yg terjual berkisar Rp.86.000.00 – Rp.152.000.00 dan rata-rata transaksi perharinya berkisar Rp.1.000.000.00 – Rp.2.000.000.00, hasil wawancara seller yang menjual barang tersebut mereka memang tidak menjelaskan barang yang mereka jual adalah barang tiruan serta mereka semena-mena memberikan harga barang tersebut. Akibat tersebut banyaknya pengeluaran biaya untuk barang yang tidak bernilai, kerugian fungsional karena produk tidak memenuhi standar kualitas dan keamanan, serta kerugian immateriil berupa kekecewaan dan pelanggaran ekspektasi. Terdata sekitar 2432 transaksi yang berhasil oleh konsumen namun beragam komentar. Secara hukum, tanggung jawab utama berada pada pelaku usaha (penjual) berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya Pasal 8 yang melarang praktik penyesatan dan Pasal 19 yang mewajibkan pemberian ganti rugi. Dalam praktiknya, konsumen berhak atas pengembalian dana penuh (refund) yang difasilitasi oleh platform sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang mereka sediakan, dimana platform berperan sebagai mediator yang memaksa penjual untuk mengganti kerugian konsumen yang berhasil membuktikan produk yang diterima adalah tiruan.

Kendala perlindungan hukum semakin memperburuk situasi, dengan 85% konsumen tidak memahami mekanisme pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) akibat prosedur yang rumit dan biaya administrasi, sementara implementasi Pasal 7 dan 19 UUPK terkait kewajiban informasi transparan dan ganti rugi hanya efektif pada 25% kasus karena penjual sering menghapus akun setelah transaksi selesai. Regulasi PP No. 80/2019 tentang PMSE juga belum dijalankan secara maksimal oleh Shopee, terutama dalam hal verifikasi penjual dan audit produk berkala. Dampak sosial dan ekonomi dari peredaran produk tiruan ini cukup signifikan, dengan 63% konsumen kehilangan kepercayaan terhadap Shopee setelah membeli produk palsu, serta kerugian ekonomi yang diperkirakan mencapai Rp2,1 miliar per tahun berdasarkan rata-rata 1.000 transaksi palsu per buland. Mana ditemukan produk palsu yang menyerupai aslinya, berpotensi menyesatkan konsumen dan merugikan produsen aslinya. Hotto, minuman multigrain protein, telah terdaftar sebagai desain industri dan merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Produk palsu ini beredar di pasaran dengan harga lebih murah, namun kualitas dan keamanannya diragukan. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi konsumen yang tidak teliti dalam memilih produk. Untuk melindungi hak kekayaan intelektualnya, pemilik merek dan desain Hotto dapat menempuh jalur hukum dengan mengajukan laporan pidana atas pelanggaran desain industri dan merek. Sanksi pidana dapat berupa hukuman penjara dan denda sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, penyelesaian sengketa melalui negosiasi, mediasi, atau konsiliasi juga dapat dilakukan untuk menghentikan peredaran produk palsu dan menuntut ganti rugi.<sup>55</sup>

Untuk Marketplace Seperti Shopee dan Tokopedia menerima respon atas terjadinya kasus Hotto tersebut dengan cara menjalankan kebijakan atau aturan yang ada seperti akun yang sudah

---

<sup>55</sup> Heinrich Robert Teguh, "Fenomena Produk Palsu Hotto Di Pasaran: Tren, Kompetisi, Dan Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital," *Dinamikapos.Com*, 2024, <https://dinamikapos.com/2024/12/fenomena-produk-palsu-hotto-di-pasaran-tren-kompetisi-dan-perlindungan-konsumen-dalam-era-digital/>.

melakukan tindakan menjual produk tiruan langsung di banned atau di hapus, karena itu salah satu upaya Shopee dan Tokopedia menjaga Term and Condition mereka sesuai dengan yang sudah berlaku terhadap 2 marketplace tersebut

Undang-Undang Nomor 1 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa penyelenggara sistem elektronik, seperti Shopee dan Tokopedia, memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi di platform mereka tidak melanggar hukum, termasuk dalam hal penjualan barang tiruan. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan informasi elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiil bagi konsumen dalam transaksi elektronik dapat dikenai sanksi pidana. Hal ini relevan dengan kasus Shopee, di mana penjualan barang tiruan yang tidak terdeteksi dapat dianggap sebagai informasi menyesatkan yang merugikan konsumen.

UU ITE juga menekankan pentingnya perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Pasal 36 UU ITE menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan yang mengakibatkan kerugian materiil bagi orang lain dapat dikenai sanksi pidana. Dalam konteks ini, jika konsumen dirugikan akibat membeli barang tiruan melalui platform seperti Tokopedia, marketplace dapat dianggap bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Pasal 3 Ayat (1) PM 50/2020 Perizinan Usaha Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pasal ini mengatur bahwa setiap pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) wajib memiliki izin usaha yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pada kasus Shopee dan Tokopedia, baik Shopee maupun Tokopedia sebagai platform marketplace harus memiliki izin usaha yang sah dan memastikan bahwa mereka hanya bekerja sama dengan penjual yang memiliki izin yang sah. Ketidakmampuan Shopee dalam melakukan verifikasi penjual dapat dikaitkan dengan kelalaian dalam memastikan kepatuhan terhadap ketentuan ini.

Menurut John Rawls, setiap individu berhak atas kebebasan dasar yang setara. Dalam konteks peredaran barang tiruan di platform *e-commerce*, prinsip ini menuntut pelaku usaha untuk memberikan kebebasan bagi konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan mereka, bebas dari penipuan atau produk palsu. Pelaku usaha yang mengelola marketplace, seperti Shopee dan Tokopedia, memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa barang yang dijual di platform mereka memenuhi standar yang jujur dan dapat dipercaya. Ketika produk yang dijual ternyata palsu atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, maka pelaku usaha tersebut telah gagal memenuhi hak konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai, yang merupakan hak dasar yang harus dilindungi.<sup>56</sup>

Kegagalan Shopee dalam memverifikasi penjual yang mengakibatkan penjualan 2.000 unit barang tiruan dalam satu bulan mencerminkan pelanggaran terhadap prinsip kebebasan yang setara ini. Shopee, sebagai platform dengan kontrol yang lebih besar atas transaksi yang terjadi, harus memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Jika tidak, ini bukan hanya pelanggaran terhadap hukum, tetapi juga pelanggaran terhadap keadilan sosial yang ingin dijunjung oleh Rawls.

Prinsip perbedaan John Rawls menyatakan bahwa ketidaksetaraan ekonomi atau sosial hanya dapat diterima jika ketidaksetaraan tersebut menguntungkan pihak yang kurang beruntung.<sup>57</sup> Dalam kasus ini, konsumen adalah pihak yang lebih lemah secara ekonomi dibandingkan dengan perusahaan *e-commerce* besar seperti Shopee dan Tokopedia. Prinsip perbedaan ini menuntut agar perusahaan besar, yang memiliki sumber daya dan kontrol lebih besar atas operasi mereka,

---

<sup>56</sup> Rawls, *A Theory of Justice*. Hlm 53-54, 60-61.

<sup>57</sup> Nugraha, Hamidah, and Fadli, "Makna Kepatutan Dan Kewajaran Berkaitan Dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas." Hlm 45.

memberikan kompensasi kepada konsumen yang dirugikan, guna mencapai keseimbangan dan keadilan.

Shopee, yang memiliki kontrol lebih besar atas platformnya, seharusnya menyediakan mekanisme yang efektif untuk mencegah penjualan barang tiruan, bukan hanya membayar ganti rugi setelah terjadi kerugian. Dalam kasus Shopee yang dihukum membayar sebagai ganti rugi, hal ini dapat dilihat sebagai upaya untuk mengatasi ketidaksetaraan tersebut, namun keputusan pengadilan ini juga menekankan perlunya tindakan preventif yang lebih tegas untuk melindungi konsumen sejak awal.

Tokopedia, di sisi lain, memberikan refund tiga kali lipat dari nilai transaksi kepada konsumen yang dirugikan akibat barang palsu. Langkah ini mencerminkan penerapan prinsip perbedaan dengan memberikan kompensasi lebih dari yang diharapkan. Tokopedia berusaha untuk memperbaiki ketidaksetaraan dengan cara memberikan kompensasi yang lebih besar daripada kerugian yang dialami konsumen. Hal ini adalah bentuk implementasi keadilan sosial yang lebih tinggi, di mana pelaku usaha yang lebih kuat secara ekonomi bertanggung jawab untuk mengembalikan kerugian yang dialami oleh konsumen yang lebih lemah.

Prinsip keadilan sosial Rawls juga menekankan bahwa tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha untuk melindungi konsumen sangat penting dalam menciptakan keseimbangan dalam hubungan ekonomi.<sup>58</sup> Pelaku usaha yang lebih besar, seperti Shopee dan Tokopedia, dengan kontrol lebih besar atas ekosistem marketplace mereka, memiliki kewajiban untuk menjaga hak konsumen dan memastikan produk yang dijual tidak merugikan mereka. Ketika produk palsu atau cacat dijual kepada konsumen, pelaku usaha tidak hanya harus memberikan kompensasi finansial, tetapi juga harus mengambil langkah pencegahan untuk memastikan hal tersebut tidak terulang.

Hal ini sesuai dengan regulasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diatur di Indonesia, di mana perusahaan diwajibkan untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dari kegiatan bisnis mereka. Sesuai dengan Pasal 33 UUD 1945 yang menegaskan pentingnya kesejahteraan sosial, perusahaan memiliki kewajiban untuk melindungi kepentingan masyarakat, termasuk konsumen yang bertransaksi di platform mereka. Ini juga relevan dengan pandangan John Rawls bahwa pelaku usaha yang lebih kuat secara ekonomi memiliki tanggung jawab untuk melindungi konsumen yang lebih lemah.

Regulasi CSR di Indonesia menguatkan argumentasi bahwa pelaku usaha seperti Shopee dan Tokopedia harus melaksanakan tanggung jawab sosial mereka melalui kebijakan yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada perlindungan konsumen dan keberlanjutan sosial. Perusahaan yang lebih besar secara ekonomi tidak hanya diwajibkan untuk memberikan kompensasi finansial tetapi juga untuk mengimplementasikan kebijakan yang mencegah terjadinya kerugian bagi konsumen di masa depan.

Penyelesaian sengketa yang dilakukan Shopee melalui mediasi online juga mencerminkan prinsip partisipasi dalam teori Rawls, yang mendukung keterlibatan aktif semua pihak dalam proses penyelesaian masalah. Di sini, Shopee bertindak sebagai fasilitator yang menjembatani kepentingan konsumen dan penjual, yang sesuai dengan gagasan Rawls mengenai pentingnya dialog dan partisipasi dalam sistem keadilan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji pada bab sebelumnya, maka penulis menarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pembahasan pertama, hubungan hukum antara Shopee dan Tokopedia dengan para penyedia jasa (seller) bersifat asimetris dan didominasi oleh posisi superior platform melalui

---

<sup>58</sup> Firdaus et al., "Corporate Social Responsibility Regulation in Indonesia and a Critique of the Milton Friedman Theory."

penggunaan kontrak adhesi (perjanjian baku). Meskipun secara regulasi, kedua marketplace ini memiliki kedudukan hukum sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) dan Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik (PPMSE) yang membebani mereka kewajiban aktif untuk memverifikasi penjual dan memantau produk, dalam praktiknya hubungan kontraktual justru dibangun dengan klausul limitation of liability yang membatasi bahkan menafikan tanggung jawab platform atas keaslian, kualitas, dan legalitas produk yang diperdagangkan. Klausul eksonerasi ini, yang menempatkan platform sekadar sebagai venue atau perantara pasif, kerap bertentangan dengan semangat perlindungan konsumen dan kewajiban hukum mereka berdasarkan UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen, sehingga berpotensi dinyatakan batal demi hukum karena bersifat sepihak dan merugikan pihak yang lebih lemah (seller dan konsumen). Dengan demikian, meskipun kerangka regulasi telah ada, hubungan hukum yang timpang dalam implementasinya justru menciptakan celah tanggung jawab (responsibility gap) yang melemahkan posisi hukum seller dan konsumen dalam ekosistem digital.

2. Dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab Shopee dan Tokopedia dalam mencegah peredaran barang tiruan bersifat multidimensional, mencakup aspek hukum, operasional, dan moral. Secara hukum, kedua platform sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) memiliki kewajiban berdasarkan UU ITE, PP No. 80 Tahun 2019, dan Permendag No. 50 Tahun 2020 untuk memverifikasi penjual, memantau produk, dan menindak barang ilegal, namun dalam praktiknya, kewajiban aktif ini sering dibatasi oleh klausul limitation of liability dalam syarat dan ketentuan mereka. Dari sisi operasional, meskipun telah menerapkan mekanisme pencegahan seperti teknologi AI dan sistem pelaporan, efektivitasnya masih terbatas akibat respons yang lambat, penindakan yang tidak konsisten, dan sanksi yang belum memadai, sebagaimana terlihat dalam kasus Hotto dan produk olahraga palsu. Melalui lensa teori keadilan John Rawls, sebagai entitas kuat, mereka memiliki tanggung jawab moral (difference principle) untuk melindungi pihak yang lebih lemah (konsumen dan UMKM) tidak hanya melalui kompensasi reaktif tetapi juga upaya proaktif yang berkeadilan. Oleh karena itu, peningkatan tanggung jawab ini memerlukan penguatan regulasi, integrasi teknologi yang lebih canggih, sanksi yang tegas, serta edukasi kepada seluruh pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan adil.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan saran,

1. Berdasarkan analisis hubungan hukum yang timpang antara marketplace dengan seller, yang didominasi klausul eksonerasi dalam kontrak adhesi, maka diperlukan penguatan kerangka hukum dan kontraktual. Pemerintah perlu mendorong revisi terhadap klausul baku yang secara sepihak membatasi tanggung jawab platform, agar klausul yang menempatkan marketplace sekadar sebagai "penyedia venue" tanpa tanggung jawab atas produk dapat dinyatakan tidak sah, karena bertentangan dengan UU Perlindungan Konsumen. Selain itu, legislator harus melakukan sinkronisasi regulasi, khususnya dengan menegaskan dan mengklarifikasi ambiguitas dalam Pasal 15 UU ITE, sehingga kewajiban pemantauan proaktif (duty of care) sebagai Penyelenggara Perdagangan Sistem Elektronik (PPMSE) menjadi lebih jelas dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Selanjutnya, untuk meningkatkan efektivitas pencegahan barang tiruan, diperlukan langkah-langkah operasional dan penegakan hukum yang holistik. Marketplace harus berinvestasi lebih besar dalam integrasi teknologi, seperti sistem verifikasi penjual berbasis biometrik dan integrasi real-time dengan database HKI, untuk beralih dari pendekatan reaktif menjadi deteksi proaktif. Secara paralel, baik platform maupun regulator harus menjalankan penegakan sanksi yang lebih tegas dan konsisten, mulai dari sanksi progresif seperti denda besar dan blacklist permanen di tingkat platform, hingga

pembentukan satuan tugas terpadu antar-instansi (Kominfo, Kemendag, Polri, DJ HKI) untuk melakukan pengawasan, audit berkala, dan penindakan hukum yang memiliki efek jera.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Adi, Tri Wahyu. *Hukum Dan Kontrak Bisnis*. Malang : CV Literasi Nusantara Abadi, 2024.
- Ali, Achmad. *Menguak Tabir Hukum*. 2nd ed. Jakarta : Kencana, 2015.
- Armia, Muhammad Siddiq. *Penentuan Metode & Pendekatan Penelitian Hukum*. Aceh : Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia (LKKI), 2022.
- Bareskrim Polri. "Statistik Kejahatan Produk Tiruan Di E-Commerce," 2023.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Isqtiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, and Nur Hikmatul Auliya. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 1st ed. Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020.
- Kartikawati, Dwi Ratna. *Hukum Kontrak*. Tasikmalaya : CV. Elvaretta Buana, 2019.
- Kusumaningsih, Sabtarini, Joko Sutopo, and Fenti Nurlaeli. *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya : CV. Global Aksara Pres, 2021.
- Malian, Sobirin. *Pengantar Hukum Bisnis*. Yogyakarta : Kreasi Total Media, 2018.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram : Mataram University Press, 2020.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000.
- Ramziati, Sulaiman, and Jumadiah. *Kontrak Bisnis: Dalam Dinamika Teoritis Dan Praktis*. Lhokseumawe : Unimal Press, 2019.
- Rawls, John. *A Theory of Justice*. Cambridge : Belknap Press of Harvard University Press, 1971.
- Salim, H.S. *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta : Sinar Grafika, 2019.
- Situmorang, Tumpal Pangihutan, Citra Savitri, Andry Herawati Acai Sudirman, Popy Novita Pasaribu Aditya Wardhana, Rintan Br Saragih Rasmi, Lucy Nancy Simatupang Mangasa Panjaitan, Iryani Mansyur Abdul Hamid, et al. *Manajemen Pemasaran (Implementasi Marketing 4.0)*. Bandung : Media Sains Indonesia, 2020.
- Solikin, Nur. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- Suharsono, Fienso. *Kamus Hukum*. Jonggol : Van'detta Publishing, 2010.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2003.
- Suryani, Evi. *Ekonomi Digital Dan Peran Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Menangani Produk Tiruan*. Bandung : Refika Aditama, 2020.

### **Jurnal/Skripsi**

- Alamin, Zumhur, Randitha Missouri, Sutriawan Sutriawan, Fathir Fathir, and Khairunnas Khairunnas. "Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (2023): 120–31.
- Andini, Nourindah Lasia, and Setia Putra. "Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Pengiriman (J&T Express Tampan) Jika Terjadinya Kerusakan Barang Dalam Pembelian Barang Melalui Marketplace (Shopee)." *Jurnal Ilmu Hukum Prima* 6, no. 2 (2023): 354–66.
- Andrian, Fiery, and Ratna Januarita. "Pertanggungjawaban Perusahaan E-Commerce Terhadap Penjualan Produk Yang Melanggar Hak Cipta Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." In *Bandung Conference Series: Law Studies*, 3:835–39, 2023.
- Anjum, Nafisa, and Pramit Dutta. "Identifying Counterfeit Products Using Blockchain Technology In Supply Chain System." In *2022 16th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication (IMCOM)*, 1–5. IEEE, 2022.
- Arkan, Muhammad, and R Rahaditya. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Fenomena Pelanggaran Merek Di Marketplace." *Journal of Syntax Literate* 8, no. 1 (2023): 632–41.
- Asyafa, Taris, and Ridha Wahyuni. "Pertanggungjawaban Perdata Tokopedia Atas Kerugian Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Ponsel Ex-Inter Melalui E-Commerce." *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian* 4, no. 5 (2025): 2155–65.
- Firdaus, Firdaus, Hengki Firmanda, Rahmad Hendra, and Samariadi Samariadi. "Corporate Social Responsibility Regulation in Indonesia and a Critique of the Milton Friedman Theory." *Global Trade and Customs Journal* 18, no. 11/12 (2023): 482–90.

- Giantama, Andreyana Nata, and Munawar Kholil. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace." *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21–27.
- Handayani, Rahmi. "Pertanggungjawaban Marketplace Atas Kerugian Yang Dialami Oleh Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Dengan Sistem Pre Order." *Jurnal Notarius* 1, no. 2 (2022): 1–10.
- Hidayat, R. A., and M. Jafar. "Peran E-Commerce Dalam Penyebaran Barang Tiruan Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 12, no. 2 (2020): 1–10.
- Ilham, Priambudi Choiril, and Arikha Saputra. "Penerapan Perjanjian Jual Beli Online Di Aplikasi Shopee Berdasarkan KUHPERDATA Dan UU ITE." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 1248–60.
- Janah, Fitri Noer, Ghina Wahyuningsih, and Martini Dwi Pusparini. "Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam." *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 1, no. 1 (2019): 79–93.
- Khasanah, Rahmatul, and Muannif Ridwan. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Transaksi E-Commerce Aplikasi Shopee Dengan Metode Paylater." *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin* 2, no. 2 (2022): 123–31.
- Khasanah, Uswatun. "Tanggung Jawab Marketplace Shopee Terhadap Pelanggaran Merek Yang Dilakukan Oleh Penjual Menurut Hukum Islam." *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2023.
- Molle, Ari Apriatman, Teng Berlianty, and Agustina Balik. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk." *PATTIMURA Law Study Review* 1, no. 1 (July 22, 2023): 1–15.
- Muna, Nikmal, Eka Kurniasari, and Lena Farsia. "Tanggung Jawab Perdata Platform E-Commerce Shopee Dalam Melindungi Konsumen Terhadap Kesalahan Pengiriman Barang Dari Toko Luar Negeri." *JIM Bidang Hukum Keperdataan* 8, no. 2 (2024): 426–36.
- Nazar, Mouhammad, and Tertia Salsabila. "Pemanfaatan Potensi E-Commerce Pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal Di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital." *Giat: Teknologi Untuk Masyarakat* 3, no. 1 (2024): 25–37.
- Nugraha, Rachmad Robby, Siti Hamidah, and Moch Fadli. "Makna Kepatutan Dan Kewajaran Berkaitan Dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 3, no. 2 (2018): 176–85.
- Nur, Isnayati. "Transaksi Jual Beli Melalui Media Online Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Dan Shopee)." *Khozana: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Islam* 2, no. 2 (2019): 64–81.
- Nurnaningsih, Rita, and Dadin Solihin. "Kedudukan Perseroan Terbatas (PT) Sebagai Bentuk Badan Hukum Perseroan Modal Ditinjau Menurut Undang-Undang PT Dan Nieuw Burgerlijk Wetboek (NBW)." *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2020): 142–51.
- Pangestu, Nanda Pramudya, Bimo Satrio Wibowo, Muhammad Arrullah Safriawan, Muhammad Asmar Aqilah, and Noviyanto Noviyanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce." *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2022): 71–84.
- Prasetya, Yuda. "Ragam Kecurangan Pasar Pada Marketplace 'Shopee.'" *Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember*, 2024.
- Pratiwi, Hasya Fazni, and M Faiz Mufidi. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Timbul Karena Kerusakan Barang Dalam Jual Beli Online Melalui Platform Shopee Dihubungkan Dengan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." In *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2:260–65, 2022.
- Putra, Alfito Bramantia, and Budi Santoso. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Terhadap Penjualan Produk Tiruan." *Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 5, no. 1 (March 28, 2025): 80–86.
- Putriana, Angelia. "Daya Ikat Perjanjian Jual Beli Dalam Marketplace Shopee Dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD)." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 4 (2022): 365–73.
- Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M Ramli, Rika Ratna Permata, Ega Ramadayanti, and Rizki Fauzi. "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 24, no. 2 (2020): 119–36.
- Sari, Y., and M. Santoso. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Palsu Parsial Di Pasar Digital

- Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Digital* 8, no. 1 (2021): 43–59.
- Sulistiyawati, Upik Sri. “Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Platform E-Commerce: Studi Kasus Tokopedia.” *Jurnal Manajemen Dan Teknologi* 1, no. 1 (2024): 43–56.
- Suprapdi, Suprapdi, and Abdul Mujib. “Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Tabungan Emas Pada E-Commerce Tokopedia.” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2023): 74–86.
- Supriyatin, Ukilah, and Nina Herlina. “Tanggung Jawab Perdata Perseroan Terbatas (PT) Sebagai Badan Hukum.” *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi* 8, no. 1 (2020): 127–44.
- Suryani, Evi, and Rahman Abdullah. “Dampak Hukum Terhadap Penjualan Barang Tiruan Di Platform E-Commerce.” *Jurnal Hukum Dan Teknologi* 8, no. 1 (2021): 45–58.
- Syaeh, Muhammad Tunjang, and Satino Satino. “Harmoni Hukum Dan Bisnis: Antisipasi Tantangan Kepatuhan Dan Inovasi Dalam Lingkungan Bisnis Merata-Tertata Berbasis E-Commerce Tokopedia Dalam Internet of Things (IoT) Melalui Gagasan 6.0.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 957–70.
- Utomo, Bernadetta, Sudaryat Sudaryat, and Aam Suryamah. “Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu Pada Platform Marketplace.” *Wajah Hukum* 5, no. 1 (April 23, 2021): 70–76.
- Wibowo, Mutia Dwi, Yudhi Widyo Armono, and Ashinta Sekar Bidari. “Kendala Penerapan Penerapan Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: Dalam Transaksi Jual Beli Online Via Tokopedia Di Akademi Bisnis Digital Surakarta.” *Justicia Journal* 11, no. 1 (2022): 1–10.
- Wiyata, F., and Evi Suryani. “Penyalahgunaan Hak Kekayaan Intelektual Dalam E-Commerce Di Indonesia.” *Jurnal Hukum* 11, no. 2 (2020): 58–75.
- Zuheri, Ahmad Ardian, and M Lathoif Ghazali. “Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Operasional Online Shop: Analisis Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/XII/2021 Perspektif Sadd Al-Dzari’ah.” *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2025): 391–410.

### **Undang-undang**

- Peraturan Perundang-undangan. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan Perundang-undangan. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Perundang-undangan. Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Burgerlijk Wetboek
- Peraturan Perundang-undangan. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Peraturan Perundang-undangan. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (2020).

### **Website**

- Teguh, Heinrich Robert. “Fenomena Produk Palsu Hotto Di Pasaran: Tren, Kompetisi, Dan Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital.” *Dinamikapos.com*, 2024. <https://dinamikapos.com/2024/12/fenomena-produk-palsu-hotto-di-pasaran-tren-kompetisi-dan-perlindungan-konsumen-dalam-era-digital/>.