

**PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PLATFORM *MARKETPLACE*  
ATAS PENJUALAN BARANG PALSU DAN DAMPAKNYA TERHADAP  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

***LEGAL LIABILITY OF MARKETPLACE PLATFORMS FOR THE SALE  
OF COUNTERFEIT GOODS AND ITS IMPACT ON CONSUMER  
PROTECTION***

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio  
Rae**

**Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia**

Korespondensi Penulis : [agungprabowo7878@gmail.com](mailto:agungprabowo7878@gmail.com), [iryani.dewi@yahoo.co.id](mailto:iryani.dewi@yahoo.co.id),  
[nrae88good@gmail.com](mailto:nrae88good@gmail.com)

Citation Structure Recommendation:

Widyasaputro, Agung Prabowo, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae. *Pertanggungjawaban  
Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap  
Perlindungan Konsumen*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.7. No.4 (2026).

**ABSTRAK**

Perkembangan era digital mendorong pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia, namun juga memunculkan dampak negatif berupa maraknya peredaran barang palsu di marketplace. Selain itu, terdapat ketidaksinkronan norma antara UU ITE yang menerapkan doktrin *safe harbor policy* bagi platform sebagai bentuk pembatasan tanggung jawab dengan UU Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pertanggungjawaban hukum marketplace terhadap peredaran barang palsu dan (2) menganalisis harmonisasi regulasi antara kebijakan *safe harbor* dengan kewajiban ganti rugi berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan yuridis normatif, menggunakan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketplace memiliki tanggung jawab pengawasan (*duty of care*) sebagai penyedia ekosistem digital meskipun bukan penjual langsung. Oleh karena itu, diperlukan sinkronisasi regulasi antara UU ITE, UU Perlindungan Konsumen dan UU Merek agar prinsip *safe harbor* tidak disalahgunakan, terutama dalam hal kelalaian melakukan *due diligence* terhadap penjual.

**Kata kunci : Barang Palsu, Marketplace, Perlindungan Konsumen, Pertanggungjawaban Hukum, Safe Harbor Policy**

**ABSTRACT**

*The advancement of the digital era has driven the rapid growth of e-commerce in Indonesia; however, it has also led to negative impacts, such as the widespread circulation of counterfeit goods on marketplace platforms. Furthermore, there is a*

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
***Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen***

*normative inconsistency between the Electronic Information and Transactions (ITE) Law, which applies the Safe Harbor Policy doctrine to limit platform liability and the Consumer Protection Law, which mandates that business actors be held liable for consumer losses. This research aims to: (1) analyze the legal liability of marketplaces regarding the circulation of counterfeit goods and (2) analyze the harmonization of regulations between the Safe Harbor Policy and the obligation for compensation under the Consumer Protection Law. The method employed is descriptive-normative legal research with a statutory approach, utilizing secondary data consisting of primary, secondary and tertiary legal materials. The findings indicate that marketplaces possess a "duty of care" as digital ecosystem providers, even though they are not the direct sellers. Therefore, regulatory synchronization between the ITE Law, the Consumer Protection Law and the Trademark Law is essential to ensure that the Safe Harbor Policy is not exploited, particularly in cases of negligence in performing due diligence toward sellers.*

**Keywords: Counterfeit Goods, Consumer Protection, Legal Liability, Marketplace, Safe Harbor Policy**

## **A. PENDAHULUAN**

Era digital telah mentransformasi cara masyarakat berinteraksi dan bertransaksi. Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* khususnya melalui *platform marketplace* mengalami lonjakan yang sangat pesat. *Platform* ini menawarkan kemudahan akses, variasi produk dan harga yang kompetitif, menjadikan pilihan utama bagi jutaan konsumen. Transaksi jual beli secara *online* menjadi kebiasaan baru mayoritas masyarakat global termasuk Indonesia. Transaksi melalui *marketplace* yang sedang berkembang mulai dari untuk melengkapi kebutuhan primer sehari-hari sampai dengan kebutuhan sekunder.

Transformasi belanja dari konvensional ke digital menandai adanya peralihan dari kontrak yang bersifat lisan/fisik menuju kontrak elektronik yang mana diatur secara spesifik dalam kerangka hukum positif di Indonesia. Secara yuridis, hubungan hukum yang terjadi dalam belanja konvensional yang didasarkan pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mengenai jual beli konvensional, di mana kesepakatan tersebut sering kali terjadi secara tatap muka. Namun, dalam era digital, dasar hukum utama bergeser pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah, serta PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE). Dalam dunia digital, kontrak belanja (perjanjian jual beli) dianggap sah secara hukum melalui suatu persetujuan elektronik yang disebut sebagai *click-wrap agreement*, yang meskipun tidak secara tertulis di atas kertas,

memiliki kekuatan hukum yang mengikat selama memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata.

*Marketplace* itu pada dasarnya adalah sistem elektronik, di Indonesia jika merujuk Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE),<sup>1</sup> Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Sistem elektronik diselenggarakan oleh Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSE).<sup>2</sup>

Dominasi *platform* besar seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada membawa konsekuensi hukum di mana *platform* bertindak sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). Secara hukum, *platform* ini memiliki kewajiban untuk melakukan verifikasi terhadap pedagang (*merchant*) dan bertanggung jawab atas keamanan sistem transaksi.

Sistem elektronik mempunyai dua kategori yaitu lingkup publik dan lingkup privat. *Marketplace* termasuk dalam kategori PSE lingkup privat sesuai Pasal 2 ayat 5 PP PSE. Kewajiban *marketplace* sebagai PSE adalah memastikan sistem elektroniknya mematuhi ketentuan undang-undang. *Marketplace* sebagai PSE lingkup privat juga terikat Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 jo. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (Permenkominfo PSE Privat).<sup>3</sup> Isinya mengategorikan *marketplace* sebagai PSE Lingkup Privat berbasis *User Generated Content* (UGC). Kewajiban lain yang diatur Pasal 10 Permenkominfo PSE Privat yaitu, PSE Lingkup Privat UGC wajib memiliki tata kelola tentang Informasi/Dokumen Elektronik dan menyediakan sarana pelaporan.

---

<sup>1</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Perubahan atas Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No.19 Tahun 2016, LN Tahun 2016 No.251, TLN No.5952.

<sup>2</sup> Peraturan Pemerintah No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

<sup>3</sup> Bernadetta Lakshita Pradipta Utomo, Sudaryat dan Aam Suryamah, *Perlindungan Hukum bagi Pemilik Merek Dagang atas Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace*, Wajah Hukum, Vol.5, No1 (2021), p.70.

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

Realitas transformasi digital di Indonesia membawa sisi gelap yuridis, di mana *marketplace* sering kali bertransformasi menjadi "surga" bagi peredaran barang palsu atau imitasi. Secara hukum, fenomena ini berakar pada kemudahan pendaftaran akun penjual yang memungkinkan anonimitas. Meskipun regulasi seperti PP No. 71 Tahun 2019 mewajibkan prinsip *Know Your Customer* (KYC), dalam praktiknya, oknum penjual dapat dengan mudah membuat akun baru menggunakan data identitas yang tidak valid atau mendaftar sebagai penjual perorangan tanpa verifikasi yang seketat toko resmi (Mall). Hal ini menciptakan celah penegakan hukum, karena ketika terjadi pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), identitas asli pelaku sering kali sulit dilacak untuk dimintai pertanggungjawaban perdata maupun pidana.

Kondisi ini diperparah oleh kelemahan sistem pengawasan atau monitoring *platform* yang tidak sebanding dengan volume data. Secara teknis dan hukum, terdapat ketimpangan antara masifnya unggahan produk ilegal setiap harinya dengan kecepatan filter otomatis maupun tim moderator *platform*. Sistem *Artificial Intelligence* (AI) yang dimiliki *marketplace* sering kali gagal mendeteksi barang palsu jika penjual menggunakan kata sandi tertentu (seperti "super premium", "grade ori", atau "mirror"). Dari perspektif ilmu hukum, hal ini menimbulkan perdebatan mengenai doktrin *Safe Harbor Policy*, di mana *platform* cenderung berdalih bahwa mereka hanyalah perantara pasif yang tidak bertanggung jawab atas konten yang diunggah pengguna. Padahal, sesuai dengan Surat Edaran Menkominfo No. 5 Tahun 2016, *platform* memiliki kewajiban untuk melakukan *take down* konten ilegal dalam waktu tertentu, namun mekanisme ini bersifat reaktif (menunggu laporan pemegang merek) bukan proaktif, sehingga perlindungan terhadap pemegang hak kekayaan intelektual dan konsumen tetap berada pada posisi yang rentan.<sup>4</sup>

Penjualan bebas barang palsu/duplikat di *marketplace* ini karena *marketplace* berbasis UGC. Artinya, setiap pengguna dari *marketplace* bisa mengunggah sendiri konten atau barang yang ingin dijual bebas. Penjual menganggap ini cara yang mudah dan fleksibel. Cukup dengan membuat akun pengguna di *marketplace*,

---

<sup>4</sup> Alexander Kenedy dan Franciscus Xaverius Wartoyo, *Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM*, JIPRO: Journal of Intellectual Property, Vol.7, No.2 (2024).

setiap penjual bisa mengunggah barang apa saja. Sudah jelas barang palsu atau barang duplikat atau barang yang melanggar undang-undang bisa termasuk di sana.

Kerangka hukum utama yang melindungi konsumen di Indonesia dari penjualan barang palsu di *e-commerce* adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)<sup>5</sup> dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)<sup>6</sup>, yang bekerja sama untuk memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen. UUPK mengatur hak konsumen atas informasi yang akurat dan produk yang sesuai, sementara UU ITE menangani aspek digital seperti penipuan daring. Sanksi bagi penjual dapat berupa pidana penjara, denda besar dan kewajiban memberikan ganti rugi kepada konsumen.<sup>7</sup>

Dampak dari fenomena ini menimbulkan kerugian berlapis, baik bagi konsumen maupun pemegang hak merek orisinal. Konsumen tidak hanya menghadapi kerugian finansial akibat membeli barang yang tidak sesuai kualitas, tetapi juga terpapar risiko kesehatan dan keamanan yang fatal, terutama pada produk kosmetik atau suku cadang otomotif palsu. Ketika kerugian terjadi, konsumen sering kali terjebak dalam kesulitan klaim ganti rugi karena penjual dengan mudah menghapus akun atau menghilang dari *platform* sebelum pertanggungjawaban hukum dapat ditegakkan. Di sisi lain, pemilik HKI mengalami kerugian ekonomi yang masif serta kerusakan reputasi merek (*brand dilution*) akibat pembiaran penjualan barang palsu tersebut.<sup>8</sup> Secara hukum, pembiaran ini tidak hanya merusak ekosistem persaingan usaha yang sehat, tetapi juga melemahkan kepastian hukum bagi investor dan inovator yang hak-haknya seharusnya dilindungi oleh negara dari praktik pembajakan di ruang digital.<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, LN Tahun 1999 No.22, TLN No.3821.

<sup>6</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No.11 Tahun 2008, LN Tahun 2008 No.58, TLN No.4843.

<sup>7</sup> Christiana, Winda Fitri dan Ninne Zahara Silviani, *Studi Komparasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online antara Indonesia dengan Malaysia*, PAMALI: Pattimura Magister Law Review, Vol.4, No.3 (2024), p.279.

<sup>8</sup> Agung Wicaksono, Muhammad Ra'uf Kurniawan dan Nisha Mafazati Indah Eka Pratiwi, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Set Top Box Palsu di E-Commerce*, *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, Vol.2, No.4 (2022), p.332-340.

<sup>9</sup> *Ibid.*.

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

Dalam diskursus hukum teknologi informasi, keberadaan Surat Edaran Menkominfo No. 5 Tahun 2016 telah memperkenalkan prinsip *Safe Harbor Policy* ke dalam sistem hukum Indonesia, yang memberikan imunitas hukum bagi penyedia *platform e-commerce* selaku Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE).<sup>10</sup> Berdasarkan prinsip ini, *platform* diposisikan sebagai perantara pasif yang tidak memikul tanggung jawab hukum atas konten atau barang ilegal yang diunggah oleh pihak ketiga (penjual), sepanjang *platform* tersebut telah menyediakan fitur pelaporan dan menjalankan mekanisme pemutusan akses (*take down*) terhadap konten yang melanggar hukum.<sup>11</sup> Namun, implementasi kebijakan ini dalam realitas operasional *marketplace* memicu persoalan fundamental mengenai rasa keadilan bagi korban. Mekanisme *Notice and Take Down* yang selama ini dijalankan dinilai tidak memadai karena hanya bersifat administratif; penghapusan konten tidak disertai dengan kewajiban ganti rugi nyata bagi konsumen yang telah dirugikan secara finansial atau pemilik merek yang reputasinya telah rusak, sehingga *platform* terkesan "lepas tangan" setelah konten dihapus sementara keuntungan dari transaksi tetap mereka nikmati.

Persoalan ini semakin kompleks akibat adanya ketidaksinkronan aturan (norma hukum) yang mengatur standar pertanggungjawaban penyedia *platform* di Indonesia. Di satu sisi, UU ITE dan aturan turunannya cenderung memproteksi *platform* melalui doktrin keterbatasan tanggung jawab, namun di sisi lain, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara tegas mewajibkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas kompensasi dan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai. Benturan norma ini kian nyata ketika disandingkan dengan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, di mana *platform* digital seharusnya memiliki kewajiban proaktif untuk mencegah peredaran barang yang melanggar HKI.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Rania Aisya Saudira, *Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online dan Isu Pemalsuan Produk)*, INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, Vol.4, No.2 (2024).

<sup>11</sup> Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, *Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace*, Jurnal Privat Law, Vol.8, No.1 (2020), p.21.

<sup>12</sup> Taufan Syahyudha Aziz, Terubus Sudjai dan Didit Darmawan, *Perlindungan dan Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Terkenal yang Terjadi di Marketplace*, Jurnal Hukum Adigama, Vol.3, No.1 (2020), p.1-23.

Adapun ketimpangan standar dalam pertanggungjawaban antara berbagai regulasi ini menciptakan ketidakpastian hukum. Dimana *Safe Harbor Policy* sendiri yang semula bertujuan untuk mendukung inovasi digital, akan tetapi kini justru berpotensi menjadi celah bagi *platform* yang bertujuan untuk menghindari tanggung jawab hukum perdata maupun pidana atas kerugian masif yang timbul dalam ekosistem mereka.

Perkara nomor 64/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst merupakan gugatan pembatalan merek yang diajukan oleh Orient Group, sebuah perusahaan asal Alexandria, Mesir, terhadap PT Indo Megah Raya sebagai Tergugat dan Direktorat Merek dan Indikasi Geografis sebagai Turut Tergugat. Penggugat mendalilkan sebagai pemilik sah dan pemakai pertama merek "GOLDEN VALLEY" secara internasional sejak tahun 2004, khususnya untuk komoditas buah kurma yang telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia melalui berbagai platform perdagangan daring. Gugatan ini dilayangkan setelah Penggugat menemukan adanya pendaftaran merek yang identik oleh Tergugat di Indonesia untuk jenis barang yang sama di Kelas 29 dan 31, seperti pada nomor pendaftaran IDM000470307, IDM000848633 dan IDM000576016.

Dalam argumennya, Penggugat menegaskan bahwa merek milik Tergugat memiliki persamaan pada pokoknya maupun secara keseluruhan dengan merek Penggugat karena menggunakan kombinasi huruf, bunyi ucapan dan tampilan visual yang identik. Penggugat juga menuduh Tergugat melakukan pendaftaran dengan itikad tidak baik karena dianggap meniru merek yang sudah lama beredar di pasar Indonesia untuk mengambil keuntungan dari reputasi produk Penggugat. Sebagai dasar hukum formal, Penggugat telah mengajukan permohonan pendaftaran merek serupa di Indonesia pada Maret 2022 sebelum melayangkan gugatan ini sesuai dengan ketentuan Pasal 76 ayat (2) UU Merek. Melalui gugatan ini, Penggugat memohon agar pengadilan menyatakan mereka sebagai pemilik sah merek tersebut dan membatalkan pendaftaran merek atas nama Tergugat dari Daftar Umum Merek.

Perkara dengan Nombor 183/Pdt.G/2018/PN Mdn merupakan gugatan perdata yang difailkan oleh Rukiah, S.H. dan Muhammad Faisal, S.H., M.H. (Penggugat) terhadap PT Tokopedia (Tergugat) di Pengadilan Negeri Medan.

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
***Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen***

Kasus ini bermula apabila Penggugat membeli sebuah Macbook Pro seharga Rp22.369.400 melalui aplikasi Tokopedia pada Februari 2018, namun transaksi tersebut kemudian dibatalkan secara sepihak oleh Tergugat dengan alasan pembayaran tidak sah. Walaupun dana berjumlah Rp22.200.834 telah dipindahkan oleh Penggugat ke akaun rasmi Tokopedia, pihak Tergugat didakwa telah mencairkan dana tersebut kepada pihak lain (pengguna lain yang tidak bertanggungjawab) akibat kegagalan sistem pengesahan pembayaran mereka. Penggugat berargumen bahawa wujud hubungan hukum langsung antara mereka dengan Tokopedia kerana pemesanan belum diteruskan kepada penjual ("ELIPA STORE") dan menuduh Tokopedia cuai serta melanggar hak perlindungan pengguna dengan menggunakan fasal baku yang dilarang untuk mengalihkan tanggungjawab. Oleh itu, Penggugat menuntut ganti rugi atas kehilangan dana tersebut kerana menganggap Tergugat gagal dalam menjalankan prinsip kehati-hatian sebagai penyedia perkhidmatan *marketplace*.

Metode penelitian hukum normatif (*Normative Legal Research*) adalah suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya.<sup>13</sup> Penelitian ini bersifat kualitatif berkaitan dengan menganalisa suatu penelitian yang terdapat permasalahan dengan mengumpulkan data-data sebagai bahan penelitian. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam suatu penelitian dapat berwujud data yang diperoleh melalui bahan-bahan kepustakaan dan/atau secara langsung dari masyarakat. Data yang diperoleh langsung dari masyarakat dinamakan data primer, sedangkan data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan dan dokumentasi disebut data sekunder.<sup>14</sup>

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Pertanggung Jawaban Platform Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu Berdasarkan Regulasi di Indonesia Saat Ini**

Dalam perkembangan hukum ekonomi digital di Indonesia, kedudukan marketplace tidak lagi dapat diposisikan sebagai entitas netral yang sekadar menyediakan ruang pertemuan antara penjual dan pembeli. Secara normatif,

---

<sup>13</sup> Johnny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007, p.57.

<sup>14</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, p.10.

status hukum marketplace ditegaskan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), yang mengklasifikasikan platform sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Lingkup Privat. Status ini bukan sekadar label administratif, melainkan penetapan subjek hukum yang memikul tanggung jawab atas keandalan, keamanan dan keberfungsian sistem elektronik yang dikelolanya. Sebagai PSE, marketplace memiliki kewajiban melekat untuk memastikan bahwa sistemnya tidak menjadi sarana peredaran barang ilegal, termasuk barang palsu. Apabila platform gagal menjaga keamanan sistem atau membiarkan sistemnya digunakan untuk aktivitas melawan hukum, maka kegagalan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai kelalaian administratif yang berimplikasi pada tanggung jawab perdata.<sup>15</sup>

Kedudukan marketplace semakin diperluas melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Dalam regulasi ini, marketplace dikategorikan sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), yang secara eksplisit diposisikan sebagai “Pelaku Usaha.”<sup>16</sup> Konsekuensi yuridis dari status ini sangat signifikan, karena platform tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyedia teknologi, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang tunduk pada rezim hukum perdagangan dan perlindungan konsumen. PP PMSE mewajibkan platform melakukan verifikasi identitas penjual (*merchant*), menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif, serta menjamin keamanan transaksi. Dengan demikian, kegagalan melakukan uji tuntas (*due diligence*) terhadap penjual, khususnya dalam kasus peredaran barang palsu, dapat dikategorikan sebagai pelanggaran kewajiban hukum yang membuka pintu gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata.

---

<sup>15</sup> Kevin Adwitiya Bhagaskara dan Dwi Desi Yai Tarina, *Perlindungan Konsumen terhadap Permasalahan Transaksi Online dalam Platform Marketplace Tidak Resmi*, Jurnal USM Law Review, Vol.7, No.1 (2024).

<sup>16</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, p.23.

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

Namun, dalam praktiknya, tanggung jawab tersebut sering kali dibatasi oleh penerapan doktrin *Safe Harbor* yang diadopsi melalui Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016. Doktrin ini memberikan perlindungan kepada platform sebagai perantara (*intermediary*) sepanjang mereka tidak memiliki pengetahuan nyata (*actual knowledge*) mengenai adanya konten ilegal dan segera melakukan tindakan penghapusan (*take down*) setelah menerima laporan yang sah. *Safe Harbor* pada dasarnya bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi digital dan kepastian hukum, agar platform tidak dibebani tanggung jawab mutlak atas jutaan konten yang diunggah setiap hari oleh pengguna.<sup>17</sup>

Akan tetapi, perlindungan *Safe Harbor* tidak bersifat absolut. Dalam perspektif hukum perdata, ketidaktahuan yang timbul akibat kelalaian untuk mencari tahu (*constructive knowledge*) tetap dapat dikategorikan sebagai kesalahan. Misalnya, apabila sebuah akun menjual produk bermerek mewah dengan harga yang sangat tidak wajar dan platform tetap membiarkan produk tersebut tayang serta memperoleh komisi dari penjualannya, maka platform dianggap “seharusnya mengetahui” adanya pelanggaran. Dalam kondisi demikian, imunitas *Safe Harbor* gugur dan platform dapat ditarik sebagai pihak tergugat dalam gugatan ganti rugi.

Hubungan hukum dalam ekosistem marketplace bersifat tripartit, yakni melibatkan platform, penjual dan pembeli. Hubungan ini terbagi dalam tiga lapisan kontraktual: pertama, kontrak antara platform dan penjual melalui *Terms of Service*; kedua, kontrak antara platform dan pembeli melalui *User Agreement*; dan ketiga, kontrak jual beli antara penjual dan pembeli. Secara normatif, platform bukan pihak dalam kontrak jual beli, karena perikatan tersebut lahir langsung antara penjual dan pembeli berdasarkan Pasal 1457 KUHPperdata. Namun, karena transaksi berlangsung dalam sistem yang sepenuhnya dikendalikan oleh platform, maka platform memiliki kewajiban pengawasan (*duty of care*). Kegagalan dalam menjalankan kewajiban ini,

---

<sup>17</sup> Resna Pratiwi Maharani, *Tanggung Jawab Penyelenggara Transaksi Elektronik dalam Melindungi Hak Konsumen*, SUPREMASI: Jurnal Hukum, Vol.1, No.2 (2018).

terutama jika platform memiliki kendali teknis untuk mencegah pelanggaran, dapat menimbulkan tanggung jawab perdata.

Dalam konteks Perbuatan Melawan Hukum, tanggung jawab *marketplace* dapat dianalisis melalui empat unsur utama: adanya perbuatan, adanya kesalahan, adanya kerugian dan adanya hubungan kausalitas. Kesalahan platform dalam kasus barang palsu umumnya berbentuk kelalaian profesional, seperti kegagalan verifikasi identitas penjual (*know your business partner*), kegagalan memantau harga yang tidak wajar, atau pembiaran terhadap penjual yang berulang kali dilaporkan. Kelalaian ini menunjukkan pengabaian terhadap standar kehati-hatian yang layak dalam industri digital. Kerugian yang ditimbulkan pun tidak hanya bersifat materiil, seperti hilangnya uang pembelian, tetapi juga immateriil, seperti risiko keselamatan akibat penggunaan barang palsu, kecemasan psikologis, hingga degradasi reputasi sosial.

Selain melalui PMH, tanggung jawab *marketplace* juga dapat muncul dalam bentuk wanprestasi. Hal ini terjadi ketika platform secara eksplisit menjanjikan keaslian barang, misalnya melalui label “*Official Store*,” “*Mall*,” atau “*Garansi 100% Asli*.” Berdasarkan Pasal 1338 KUHPerdata, janji tersebut mengikat sebagai bagian dari perjanjian. Apabila konsumen menerima barang palsu dari kategori layanan tersebut, maka platform telah gagal memenuhi prestasi kontraktualnya. Dalam gugatan wanprestasi, konsumen hanya perlu membuktikan adanya perjanjian dan ketidaksesuaian prestasi, tanpa perlu membuktikan unsur kesalahan sebagaimana dalam PMH. Dalam konteks ini, *Safe Harbor* tidak dapat dijadikan pembelaan, karena kewajiban yang dilanggar bersumber dari kontrak antara platform dan pembeli, bukan dari konten pihak ketiga.

Dari perspektif perlindungan konsumen, *marketplace* sebagai pelaku usaha tunduk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di dalam ketentuan Pasal 7 mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak dengan iktikad baik dan memberikan informasi yang benar dan jelas, sedangkan dalam ketentuan Pasal 19 mewajibkan adanya pemberian ganti rugi atas kerugian konsumen. Bahkan, dalam rezim UUPK,

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

berlaku prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) untuk kategori tertentu, serta mekanisme pembuktian terbalik yang membebaskan pelaku usaha untuk membuktikan tidak adanya kesalahan. Klausula baku yang membebaskan platform dari tanggung jawab atas kerugian konsumen dapat dinyatakan batal demi hukum apabila bertentangan dengan Pasal 18 UUPK.<sup>18</sup>

Mekanisme *Notice and Take Down* menjadi instrumen operasional dalam menangani peredaran barang palsu. Namun, mekanisme ini bersifat reaktif dan hanya menghentikan pelanggaran ke depan. Ia tidak secara otomatis memulihkan kerugian konsumen yang telah terjadi.<sup>19</sup> Oleh karena itu, kritik utama terhadap sistem hukum saat ini adalah kecenderungan platform untuk berhenti pada tahap penghapusan konten tanpa memastikan pemulihan hak perdata konsumen. Hal ini menunjukkan perlunya rekonstruksi hukum menuju model tanggung jawab berbasis risiko (*risk-based liability*), di mana platform memikul beban pengawasan yang lebih proaktif.<sup>20</sup>

Selain itu, sistem *escrow* atau rekening bersama menjadi instrumen preventif penting dalam menjaga keamanan transaksi. Dengan menahan dana hingga barang diterima dan diverifikasi, sistem ini memberikan posisi tawar kepada konsumen. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kebijakan internal platform, khususnya terkait durasi penahanan dana dan mekanisme penyelesaian sengketa. Pelepasan dana secara otomatis tanpa kesempatan verifikasi yang memadai dapat dikategorikan sebagai kelalaian dalam menjalankan kewajiban pengawasan.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Eys Putri Pembayun dan Arifin Faqih Gunawan, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace*, Jurnal Fakta Hukum, Vol.3, No.2 (2025).

<sup>19</sup> Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Perlindungan Hukum Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, p.33.

<sup>20</sup> Marcel Eka Surya Simanjuntak, *Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia dengan Jepang*, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol.7, No.1 (2023).

<sup>21</sup> Yuyut Prayuti, *Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia*, Jurnal Interpretasi Hukum, Vol.5, No.1 (2024).

Secara keseluruhan, integrasi antara PP PSTE, PP PMSE, UUPK dan doktrin *Safe Harbor* menunjukkan adanya dinamika antara perlindungan inovasi digital dan perlindungan konsumen. Namun, arah perkembangan hukum Indonesia semakin mengarah pada konsep “*responsible intermediary*,” di mana marketplace tetap diakui sebagai perantara, tetapi perantara yang bertanggung jawab. Artinya, keuntungan ekonomi yang diperoleh platform dari setiap transaksi digital menimbulkan kewajiban hukum yang proporsional untuk menjamin keamanan, keaslian dan legalitas barang yang beredar dalam ekosistemnya.<sup>22</sup>

Dengan demikian, tanggung jawab marketplace bersifat berlapis: administratif kepada negara sebagai PSE, komersial sebagai PPMSE, kontraktual dalam hubungan dengan pengguna dan perdata dalam konteks ganti rugi atas kerugian konsumen. Reposisi hukum ke depan perlu memperjelas batasan *Safe Harbor* dan memperkuat kewajiban *due diligence* agar perlindungan konsumen tidak sekadar normatif, tetapi benar-benar dapat dipaksakan melalui mekanisme hukum perdata yang efektif.<sup>23</sup>

## **2. Harmonisasi Regulasi antara Kebijakan *Safe Harbor* bagi Penyelenggara Sistem Elektronik dengan Kewajiban Ganti Rugi Perdata Pelaku Usaha menurut UU Perlindungan Konsumen dalam Kasus Peredaran Barang Palsu**

Kepastian Harmonisasi regulasi antara kebijakan *Safe Harbor* dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) pada dasarnya merupakan upaya konstitusional untuk memastikan bahwa percepatan inovasi digital tidak mengorbankan hak-hak fundamental warga negara sebagai konsumen.<sup>24</sup> Adapun dalam konteks peredaran barang palsu di marketplace seperti Tokopedia, Shopee dan TikTok Shop,

---

<sup>22</sup> Tri Widya Kurniasari dan Arif Rahman, *Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha UMKM terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital: Marketplace melalui Penetapan Harga dan Penguasaan Pasar*, REUSAM: Jurnal Ilmu Hukum, Vol.10, No.2 (2022).

<sup>23</sup> Hilda Ersella dan Nurhayani, *Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk User Generated Content*, Arus Jurnal Sosial dan Humaniora, Vol.5, No.1 (2025).

<sup>24</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, p.14.

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

harmonisasi ini menjadi sangat krusial karena platform berada dalam posisi strategis sebagai pengendali ekosistem ekonomi digital. Negara tidak dapat membiarkan platform berlindung sepenuhnya di balik imunitas administratif *Safe Harbor*, sementara konsumen menanggung kerugian nyata akibat barang palsu yang beredar secara masif.<sup>25</sup>

Secara yuridis, problematika ini berakar pada dualisme status hukum marketplace. Di satu sisi, platform dikualifikasikan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) berdasarkan rezim Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah terakhir melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.<sup>26</sup> Dalam kapasitas ini, platform diposisikan sebagai digital intermediary yang menyediakan wadah berbasis *User Generated Content* (UGC).<sup>27</sup> Konsekuensinya, melalui doktrin *Safe Harbor*, mereka memperoleh imunitas terbatas atas konten atau barang yang diunggah oleh pihak ketiga, sepanjang mereka bertindak pasif, netral dan responsif terhadap mekanisme *notice and take down*. Namun imunitas tersebut bersifat bersyarat. Begitu platform lalai menindak laporan, membiarkan akun bermasalah tetap beroperasi, atau bahkan memperoleh keuntungan langsung dari promosi barang ilegal, maka perlindungan *Safe Harbor* dapat gugur.

Di sisi lain, marketplace juga memenuhi kualifikasi sebagai Pelaku Usaha berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Mereka adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Status ini membawa konsekuensi tanggung jawab perdata yang tidak dapat dikesampingkan oleh norma administratif apa pun. Sebagai Pelaku Usaha Jasa, platform tidak bertanggung jawab atas fisik barang secara langsung, tetapi bertanggung jawab atas mutu jasa sistem yang mereka tawarkan: keamanan transaksi, validitas verifikasi penjual, keandalan algoritma, serta perlindungan data dan pembayaran.

---

<sup>25</sup> Yustina Dhian Novita dan Budi Santoso, *Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital*, Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Vol.3, No.1 (2021).

<sup>26</sup> M. Arsyad Sanusi, *E Commerce: Hukum dan solusinya*, PT. Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2001, p.7.

<sup>27</sup> Fenny Bintarawati, *Juridical Analysis of Consumer Protection against Buying and Selling Fraud in the Market Place*, Walisongo Law Review, Vol.4, No.1 (2022).

Dengan demikian, harmonisasi kedua rezim hukum ini dilakukan melalui diferensiasi objek pertanggungjawaban: penjual bertanggung jawab atas cacat fisik atau kepalsuan barang (strict liability Pasal 19 UUPK), sedangkan platform bertanggung jawab atas cacat layanan sistem (Pasal 15 UU ITE).

Harmonisasi ini semakin tegas ketika dikaitkan dengan standar kehati-hatian (*due diligence*). Safe Harbor bukanlah “kartu bebas hambatan”. Platform wajib melakukan verifikasi identitas penjual secara ketat (*Know Your Merchant*), menyediakan mekanisme pelaporan yang efektif, serta menerapkan sistem filter berbasis teknologi untuk mendeteksi kata kunci seperti “KW”, “Replika”, atau “Grade Ori”. Jika secara teknis platform mampu menyaring pola pelanggaran namun sengaja tidak melakukannya demi mempertahankan trafik dan komisi, maka kelalaian tersebut melanggar prinsip itikad baik dalam UUPK. Dalam kondisi demikian, platform tidak lagi dapat dikategorikan sebagai perantara netral, melainkan sebagai pelaku usaha yang lalai.<sup>28</sup>

Kegagalan menjalankan *due diligence* tersebut membuka ruang konstruksi Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPperdata. Unsur-unsurnya dapat dibangun melalui argumentasi bahwa: pertama, platform memiliki kewajiban hukum menyelenggarakan sistem yang andal; kedua, terjadi kelalaian dalam bentuk pembiaran sistemik; ketiga, kelalaian tersebut menimbulkan kerugian materiil maupun immateriil bagi konsumen; dan keempat, terdapat hubungan kausal antara kegagalan sistem dan kerugian yang timbul. Bahkan melalui Pasal 1367 KUHPperdata, konsep tanggung jawab atas perbuatan pihak yang berada di bawah pengawasan dapat ditafsirkan secara progresif dalam konteks kendali teknis platform terhadap penjual.<sup>29</sup>

Perubahan lanskap hukum semakin signifikan setelah berlakunya UU ITE hasil revisi kedua tahun 2024. Pasal 40A menegaskan kewajiban dari PSE untuk menyelenggarakan sistem elektronik yang adil dan akuntabel,

---

<sup>28</sup> Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, p.9.

<sup>29</sup> Ramadhan Putra Gayo dan Muhammad Ilham, *Analisis Hukum Kewajiban Penyedia Layanan terhadap Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Platform Digital*, *Indonesia Journal of Business Law*, Vol.3, No.2 (2024).

serta mematuhi perintah pemerintah dalam pemutusan akses konten ilegal. Norma ini mempersempit tafsir Safe Harbor karena platform tidak lagi dapat bersikap reaktif semata. Jika pemerintah pernah menjatuhkan sanksi administratif atas kelalaian moderasi, sanksi tersebut dapat dijadikan bukti adanya unsur kesalahan dalam gugatan perdata. Sementara itu, Pasal 16A memperkenalkan standar perlindungan khusus bagi kelompok rentan seperti anak. Dalam kasus barang palsu yang membahayakan anak—misalnya obat atau mainan berbahaya—kelalaian platform dapat dikualifikasikan sebagai kelalaian berat yang secara moral dan yuridis mematikan klaim imunitas.

Lebih jauh, harmonisasi dengan UUPK juga menyentuh aspek informasi dan labelisasi. Ketika platform memberikan label “*Official Store*”, “Mall”, atau “Pasti Ori”, tindakan tersebut bukan lagi netralitas, melainkan bentuk representasi aktif yang menimbulkan kewajiban hukum. Jika barang yang dijual ternyata palsu, maka platform dapat dianggap melanggar kewajiban pemberian informasi yang benar dan jujur (Pasal 7 UUPK). Setiap klausula dalam syarat dan ketentuan yang menyatakan bahwa platform tidak bertanggung jawab atas keaslian barang harus dinyatakan batal demi hukum berdasarkan Pasal 18 UUPK, karena merupakan klausula eksonerasi yang memindahkan tanggung jawab kepada konsumen.<sup>30</sup>

UUPK juga memberikan keistimewaan berupa beban pembuktian terbalik (Pasal 28), yang berarti platformlah yang harus membuktikan bahwa mereka telah menjalankan pengawasan maksimal. Dengan demikian, jika platform ingin tetap memperoleh perlindungan Safe Harbor, mereka wajib menunjukkan bukti konkret: sistem verifikasi identitas yang kuat, algoritma deteksi dini, mekanisme escrow yang efektif, serta respons cepat terhadap laporan. Tanpa bukti tersebut, perlindungan imunitas otomatis melemah.

Pada akhirnya, harmonisasi antara Safe Harbor dan UUPK menghasilkan paradigma baru pertanggungjawaban platform. Safe Harbor hanya melindungi dari sanksi pidana atau administratif atas konten pihak ketiga, tetapi tidak boleh meniadakan hak konsumen atas ganti rugi perdata. Marketplace sendiri tidak lagi dapat diposisikan sekadar sebagai “kurir data”,

---

<sup>30</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, p.42.

melainkan sebagai gatekeeper ekonomi digital yang bertanggung jawab atas keamanan ekosistem yang mereka kelola. Jika terjadi kegagalan sistemik dalam mencegah peredaran barang palsu, maka tanggung jawab platform bukan hanya bersifat teknis kepada negara, tetapi juga finansial kepada konsumen.

Dengan konstruksi ini, rekonstruksi hukum bergerak dari model “penjaga pintu pasif” menuju “penjamin transaksi aktif”. Imunitas menjadi bersyarat pada pemenuhan standar kehati-hatian yang tinggi. Harmonisasi tersebut pada akhirnya menegaskan satu prinsip fundamental: inovasi digital tidak boleh berkembang dengan mengorbankan keadilan dan perlindungan konsumen sebagai subjek utama dalam ekonomi nasional.

### **C. PENUTUP**

Pertanggungjawaban marketplace terhadap peredaran barang palsu dalam hukum Indonesia saat ini bersifat aktif dan berlapis, tidak lagi sekadar sebagai perantara netral, melainkan sebagai subjek hukum yang memikul kewajiban administratif, komersial, kontraktual dan perdata; melalui Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 marketplace ditegaskan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik yang wajib menjamin keandalan dan keamanan sistemnya, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 menempatkannya sebagai pelaku usaha yang tunduk pada rezim perdagangan dan perlindungan konsumen, sehingga kegagalan melakukan verifikasi penjual, pengawasan transaksi, atau penanganan pengaduan dapat dikualifikasikan sebagai kelalaian yang menimbulkan tanggung jawab Perbuatan Melawan Hukum maupun wanprestasi; meskipun doktrin Safe Harbor dalam Surat Edaran Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 memberikan perlindungan terbatas bagi platform sebagai intermediary, perlindungan tersebut gugur apabila terdapat pengetahuan nyata atau kelalaian yang seharusnya membuat platform mengetahui adanya pelanggaran, terlebih lagi dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang mewajibkan pelaku usaha bertindak dengan itikad baik dan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen, sehingga arah perkembangan hukum Indonesia mengarah pada konsep responsible intermediary,

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
*Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen*

yakni perantara yang tetap difasilitasi untuk tumbuh secara inovatif namun dibebani kewajiban pengawasan proporsional demi menjamin kepastian hukum dan perlindungan efektif bagi konsumen.

Penerapan Harmonisasi antara kebijakan Safe Harbor dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa imunitas marketplace bersifat terbatas dan tidak menghapus tanggung jawab perdata terhadap konsumen. Dalam peredaran barang palsu di platform seperti Tokopedia, Shopee dan TikTok Shop, penjual bertanggung jawab atas keaslian barang, sedangkan platform bertanggung jawab atas keandalan sistem, pengawasan dan perlindungan transaksi; apabila lalai menjalankan due diligence atau melakukan representasi menyesatkan, maka perlindungan Safe Harbor gugur dan platform tetap wajib memberikan ganti rugi demi menjamin keadilan serta kepastian hukum bagi konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barkatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Ibrahim, Johnny. 2007. *Teori dan Metode Penelitian Normatif*. (Malang: Banyumedia Publishing).
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2004. *Perlindungan Hukum Konsumen*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada).
- Purbo, Onno W. dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo).
- Sanusi, M. Arsyad. 2001. *E Commerce: Hukum dan solusinya*. (Bandung: PT. Mizan Grafika Sarana).
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Jakarta: Ghalia Indonesia).
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana).

### Publikasi

- Aziz, Taufan Syahyudha, Terubus Sudjai dan Didit Darmawan. *Perlindungan dan Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Terkenal yang Terjadi di Marketplace*. Jurnal Hukum Adigama. Vol.3. No.1 (2020).
- Bhagaskara, Kevin Adwitiya dan Dwi Desi Yayi Tarina. *Perlindungan Konsumen terhadap Permasalahan Transaksi Online dalam Platform Marketplace Tidak Resmi*. Jurnal USM Law Review. Vol.7. No.1 (2024).
- Bintarawati, Fenny. *Juridical Analysis of Consumer Protection against Buying and Selling Fraud in the Market Place*. Walisongo Law Review. Vol.4. No.1 (2022).
- Ersella, Hilda dan Nurhayani. *Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk User Generated Content*. Arus Jurnal Sosial dan Humaniora. Vol.5. No.1 (2025).
- Christiana, Winda Fitri dan Ninne Zahara Silviani. *Studi Komparasi Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online antara Indonesia dengan Malaysia*. PAMALI. Vol.4. No.3 (2024).
- Gayo, Ramadhan Putra dan Muhammad Ilham. *Analisis Hukum Kewajiban Penyedia Layanan terhadap Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Platform Digital*. Indonesia Journal of Business Law. Vol.3. No.2 (2024).
- Giantama, Andreyan Nata dan Munawar Kholil. *Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace*. Jurnal Privat Law. Vol.8. No.1 (2020).
- Kenedy, Alexander dan Franciscus Xaverius Wartoyo. *Perlindungan Merek Dagang Pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM*. JIPRO: Journal of Intellectual Property. Vol.7. No.2 (2024).
- Kurniasari, Tri Widya dan Arif Rahman. *Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha UMKM terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital: Marketplace melalui Penetapan Harga dan Penguasaan Pasar*. REUSAM: Jurnal Ilmu Hukum. Vol.10. No.2 (2022).

**Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani dan Gradios Nyoman Tio Rae**  
***Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen***

- Maharani, Resna Pratiwi. *Tanggung Jawab Penyelenggara Transaksi Elektronik dalam Melindungi Hak Konsumen*. SUPREMASI: Jurnal Hukum. Vol.1. No.2 (2018).
- Novita, Yustina Dhian dan Budi Santoso. *Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital*. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia. Vol.3. No.1 (2021).
- Pembayun, Eys Putri dan Arifin Faqih Gunawan. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance*. Jurnal Fakta Hukum. Vol.3. No.2 (2025).
- Prayuti, Yuyut. *Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia*. Jurnal Interpretasi Hukum. Vol.5. No.1 (2024).
- Utomo, Bernadetta Lakshita Pradipta, Sudaryat dan Aam Suryamah. *Perlindungan Hukum bagi Pemilik Merek Dagang atas Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace*. Wajah Hukum. Vol.5. No1 (2021).
- Saudira, Rania Aisyah. *Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online dan Isu Pemalsuan Produk)*. INNOVATIVE: Journal of Social Science Research. Vol.4. No.2 (2024).
- Simanjuntak, Marcel Eka Surya. *Perbandingan Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa Cross Border E-Commerce Negara Indonesia dengan Jepang*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan. Vol.7. No.1 (2023).
- Wicaksono, Agung, Muhammad Ra'uf Kurniawan dan Nisha Mafazati Indah Eka Pratiwi. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Set Top Box Palsu di E-Commerce*. Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora. Vol.2. No.4 (2022).

**Sumber Hukum**

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.