



# Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu (*Product Counterfeit*) dalam Tinjauan UU Perlindungan Konsumen

Novia Sekar Ramadhani\*, Yolanda Esti Ningtiyas, Sri Handayani

Program Studi D3 Sekretariat, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

**Abstrak:** Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia membawa tantangan hukum baru, terutama terkait maraknya peredaran barang palsu (*product counterfeit*) yang merugikan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi urgensi tanggung jawab hukum penyelenggara *marketplace* terhadap peredaran produk tersebut dalam perspektif perlindungan konsumen. Meskipun regulasi telah tersedia, terdapat *research gap* mengenai batasan tanggung jawab nyata platform di balik kebijakan *safe harbor*, terutama pasca pemutakhiran regulasi siber terbaru. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan deskriptif analitis untuk membedah sinkronisasi antara UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE. Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa penyedia platform tidak dapat sepenuhnya lepas tangan dan memiliki tanggung jawab hukum preventif untuk memverifikasi entitas penjual serta menyediakan mekanisme ganti rugi yang efektif. Namun, efektivitas pengawasan masih menghadapi kendala sinkronisasi antara kebijakan internal platform dengan regulasi nasional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi pengawasan ketat, perlindungan data, dan edukasi konsumen sangat krusial dalam mereduksi risiko transaksi di era digital. Disarankan adanya sinergi yang lebih kuat antara pemerintah dan penyelenggara platform untuk memperkuat kepastian hukum dan menjamin hak-hak konsumen secara komprehensif.

**Kata Kunci:** *Platform Marketplace*; Produk Palsu; Perlindungan Konsumen; Tanggung Jawab Hukum; UU ITE.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijl.v3i3.5631>

Correspondence: Novia Sekar Ramadhani

Email:

[noviasekarramadhani211@gmail.com](mailto:noviasekarramadhani211@gmail.com)

Received: 14-02-2026

Accepted: 14-03-2026

Published: 14-04-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** The rapid growth of *e-commerce* in Indonesia has introduced new legal challenges, particularly regarding the widespread distribution of counterfeit products that harm consumer interests. This study aims to evaluate the urgency of the legal responsibility of marketplace operators toward the distribution of such products from a consumer protection perspective. Despite existing regulations, a research gap persists concerning the definitive boundaries of platform liability behind the "safe harbor" policy, especially following the recent updates to cyber regulations. The methodology employed is normative legal research utilizing a statute approach and descriptive-analytical methods to examine the synchronization between the Consumer Protection Act and the Electronic Information and Transactions (EIT) Law. The findings confirm that platform providers cannot be entirely absolved of liability; rather, they bear a preventive legal responsibility to verify seller entities and provide effective redress mechanisms. However, the effectiveness of oversight still faces challenges due to a lack of synchronization between internal platform policies and national regulations. This study concludes that the integration of strict supervision, data protection, and consumer education is crucial in reducing transaction risks in the digital era. It is recommended that stronger synergy be established between the government and platform operators to enhance legal certainty and comprehensively guarantee consumer rights.

**Keywords:** Marketplace Platform; Counterfeit Products; Consumer Protection; Legal Responsibility; EIT Law.

## Pendahuluan

Di era globalisasi yang disertai dengan akselerasi teknologi informasi, sektor *marketplace* telah bertransformasi menjadi pilar utama dalam ekosistem perdagangan modern di Indonesia. Sebagai sebuah platform digital, *marketplace* menjalankan fungsi krusial dengan memfasilitasi interaksi masif antara penjual dan pembeli untuk melakukan berbagai transaksi komersial berbasis internet (STIE AAS, 2023). Inovasi ini memberikan efisiensi yang luar biasa bagi masyarakat dalam hal aksesibilitas, kecepatan, dan kemudahan transaksi. Namun, di balik pesatnya pertumbuhan ekonomi digital tersebut, muncul sebuah tantangan hukum yang signifikan, yakni maraknya peredaran produk palsu atau barang imitasi (*product counterfeit*) yang dilakukan oleh oknum penjual tidak bertanggung jawab di ruang siber (Sari, 2021).

Dampak dari peredaran barang palsu ini tidak hanya sekadar menyentuh aspek kerugian materiil bagi konsumen, melainkan juga merusak kepercayaan publik terhadap keamanan sistem perdagangan elektronik secara keseluruhan. Data penelitian menunjukkan sebuah fakta yang mengkhawatirkan, di mana sekitar 30% konsumen di berbagai platform digital mengaku pernah terjebak dalam pembelian produk yang tidak asli (Putra, 2022). Fenomena ini menciptakan kerumitan hukum yang bersifat dilematis, terutama saat konsumen mencoba menuntut pertanggungjawaban. Dalam banyak kasus, pihak penyedia platform sering kali memposisikan diri hanya sebagai penyedia sarana teknis atau perantara (*safe harbor policy*), sehingga mereka merasa tidak memiliki kewajiban hukum melekat untuk menjamin keaslian setiap produk yang dipasarkan oleh penjual pihak ketiga.

Ditinjau dari sisi regulasi, Indonesia sebenarnya telah memiliki instrumen hukum yang cukup progresif, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Di dalam UUPK, ditekankan secara tegas bahwa setiap konsumen memiliki hak yang tidak dapat diganggu gugat atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang mereka beli. Namun, pada tataran implementasi, aturan ini sering kali menemui jalan buntu karena lemahnya mekanisme filtrasi dan pengawasan dari pihak penyedia platform terhadap legalitas produk yang beredar. Kondisi ini pada akhirnya menciptakan celah bagi praktik perdagangan ilegal yang sangat merugikan masyarakat luas (Hidayati, 2023).

Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk mempertegas batasan tanggung jawab perdata penyedia platform sebagai bagian dari upaya preventif. Hal ini sejalan dengan mandat Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang melarang keras penyebaran informasi bohong yang dapat menyesatkan konsumen dalam sebuah transaksi elektronik. Tanpa adanya kejelasan mengenai porsi tanggung jawab platform, posisi konsumen akan terus berada dalam pihak yang lemah dan sulit untuk mendapatkan ganti rugi yang adekuat. Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisis hukum yang komprehensif untuk memetakan bagaimana perlindungan konsumen dapat ditegakkan secara nyata di tengah dinamika pasar digital yang sangat dinamis.

Berlandaskan pada latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis menyusun makalah ini dengan judul: “Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu (Product Counterfeit) dalam Tinjauan UU Perlindungan Konsumen”. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan sebuah solusi hukum yang konstruktif untuk memperkuat ekosistem perdagangan digital di Indonesia. Adapun yang menjadi rumusan masalah yang akan dilakukan pembahasan yakni:

1. Bagaimana kerangka regulasi yang mengatur mekanisme transaksi jual beli online di Indonesia?
2. Bagaimana batasan tanggung jawab hukum penyedia *marketplace* dalam transaksi jual beli online?
3. Bagaimana bentuk ganti rugi yang efektif bagi konsumen yang dirugikan oleh produk palsu dalam transaksi online?

Urgensi dalam menjawab ketiga rumusan masalah tersebut didasari oleh adanya *research gap* yang signifikan antara regulasi teoritis dengan implementasi tanggung jawab nyata penyelenggara platform. Meskipun instrumen hukum seperti UUPK dan UU ITE telah tersedia, namun sinkronisasi batasan tanggung jawab perdata platform dalam menghadapi modus operandi peredaran barang palsu yang kian kompleks—terutama pasca pemutakhiran regulasi siber terbaru—masih belum terpetakan secara komprehensif dalam studi-studi terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan hukum tersebut dengan memberikan analisis yang lebih aplikatif bagi perlindungan konsumen di Indonesia.

## Metodologi

Penelitian ini menerapkan metode penelitian hukum normatif, yang berfokus pada pemeriksaan terhadap norma-norma hukum positif, asas-asas hukum, serta sinkronisasi peraturan perundang-undangan. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam mengenai kedudukan hukum penyedia platform *marketplace* dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen. Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara komprehensif dan sistematis mengenai kepastian hukum dalam transaksi elektronik guna mencapai keadilan bagi para pihak yang terlibat.

Data yang digunakan dalam kajian ini merupakan data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh melalui studi dokumen dan tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui observasi lapangan. Materi hukum diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama:

- a. Materi Hukum Primer: Mencakup peraturan perundang-undangan yang bersifat otoritatif dan mengikat, antara lain:
  1. Undang-Undang Dasar 1945
  2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
  3. UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
  4. UU 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
  5. UU lain-lain Yang Berhubungan

- b. Materi Hukum Sekunder: Terdiri dari literatur yang memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai materi hukum utama, seperti jurnal ilmiah, buku teks, hasil seminar, serta artikel terkait yang relevan dengan tanggung jawab hukum *marketplace*.
- c. Materi Hukum Tersier: Meliputi bahan-bahan yang memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap materi hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan kamus umum bahasa Indonesia.

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah seluruh regulasi yang berkaitan secara hierarkis, mulai dari UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 1 Tahun 2024 (Perubahan Kedua UU ITE), hingga regulasi teknis dalam PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) serta UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Fokusnya adalah mencari konsistensi norma dalam pembebanan tanggung jawab kepada pelaku usaha.

Pendekatan ini beranjak dari doktrin-doktrin dan pandangan para ahli hukum. Peneliti mengkaji konsep tanggung jawab hukum (*legal liability*), prinsip *due diligence* (uji tuntas) bagi penyelenggara platform, serta doktrin *Safe Harbor Policy*. Konsep ini digunakan untuk membangun argumentasi hukum mengenai batasan sejauh mana platform dapat dianggap lalai (*negligence*) jika membiarkan peredaran barang palsu dalam ekosistem digitalnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*), dengan cara menelusuri, mengumpulkan, dan mengklasifikasikan dokumen hukum serta literatur yang memiliki relevansi kuat dengan objek penelitian. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis secara deduktif, yaitu proses penarikan kesimpulan yang bergerak dari pernyataan yang bersifat umum (regulasi dan teori hukum) menuju pada kenyataan yang bersifat khusus terkait tanggung jawab platform terhadap produk palsu. Analisis ini bertujuan untuk menemukan solusi hukum yang efektif dalam meningkatkan perlindungan konsumen di ekosistem perdagangan digital.

## Hasil dan Pembahasan

### Pengaturan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia

### Pengaturan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia

Sistem perdagangan berbasis elektronik di Indonesia dipayungi oleh serangkaian regulasi yang disusun guna menjamin keamanan hukum bagi pihak konsumen maupun pelaku usaha. Masifnya penetrasi internet dalam aktivitas harian secara otomatis melahirkan kategori pelanggan baru yang diidentifikasi sebagai '*online consumer*' (Akar, E., & Nasir, V. A. 2015). Dalam dimensi hukum, hubungan ini diikat melalui mekanisme kontrak. Merujuk pada pemikiran Salim HS, hukum kontrak sendiri dipahami sebagai sekumpulan prinsip hukum yang mengatur hubungan keterikatan antara dua pihak atau lebih, yang bersumber dari sebuah kesepakatan dan melahirkan konsekuensi hukum yang mengikat. Oleh karena itu, kerangka hukum mengenai transaksi digital di Indonesia berfungsi sebagai instrumen vital dalam mewujudkan perlindungan bagi seluruh pemangku kepentingan di pasar virtual. Namun, dalam konteks perlindungan konsumen,

kerangka hukum ini seringkali menghadapi tantangan besar terkait autentisitas objek yang diperjanjikan di pasar virtual karena adanya celah dalam pengawasan objek transaksi.

Sinergi antara UUPK dengan UU ITE Nomor 19 Tahun 2016 ini pada akhirnya membentuk fondasi yuridis yang kuat dalam mengawasi seluruh dinamika transaksi elektronik di Indonesia. Ketentuan dalam regulasi ini menegaskan bahwa setiap perikatan yang dilakukan secara digital memiliki kedudukan serta kekuatan hukum yang setara dengan transaksi konvensional, sejauh memenuhi kriteria keabsahan perjanjian sebagaimana yang diamanatkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Angel Kezia, M., 2022). Seiring dengan akselerasi pertumbuhan *e-commerce*, kerangka hukum perdagangan daring di Indonesia terus mengalami penguatan signifikan. Dalam konteks ini, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir sebagai pilar utama yang menjamin kedaulatan hak-hak pelanggan. Sebagaimana dikemukakan oleh Mardani (2022), urgensi dari aturan ini adalah untuk memastikan konsumen mendapatkan hak atas informasi komoditas yang akurat, serta kebebasan dalam menentukan produk atau jasa yang memiliki nilai serta harga yang proporsional. Akan tetapi, penelitian ini melihat bahwa sinergi regulasi tersebut masih bersifat prosedural dan belum menyentuh aspek teknis verifikasi barang secara mendalam di level operasional marketplace.

Kendati kerangka regulasi telah disusun secara komprehensif, problematika pada tataran implementasi masih menjadi hambatan yang signifikan. Kondisi ini dipertegas oleh data survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, yang mengungkapkan bahwa kurang lebih 40% konsumen merasa belum memperoleh proteksi yang optimal ketika melakukan aktivitas belanja daring (APJII, 2022). Ketimpangan antara ketersediaan aturan dengan tingkat pemahaman masyarakat ini menunjukkan adanya urgensi dalam penguatan edukasi serta pengawasan yang lebih ketat dari otoritas terkait.

### **Munculnya Produk Palsu dalam Transaksi Online**

Fenomena produk palsu di platform *marketplace* dipicu oleh belum optimalnya mekanisme pengawasan terhadap para penjual. Fleksibilitas prosedur pendaftaran tanpa validasi yang rigid memberikan peluang bagi oknum untuk menawarkan produk manipulatif, yang secara eksplisit melanggar UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Ditinjau dari perspektif yuridis, penyelenggara platform memikul tanggung jawab untuk memastikan sistem mereka selaras dengan aturan pemerintah (Sari, 2023). Namun, realitas menunjukkan mayoritas platform lebih berorientasi pada volume transaksi dibandingkan penguatan proteksi hukum, sehingga seringkali menegasikan tanggung jawab tersebut (Rizal, 2023). Sinergi kolaboratif antara otoritas pemerintah, penyelenggara platform (Hidayati, 2022), dan masyarakat (Putra, 2023) menjadi determinan utama dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang sehat dan berlandaskan kepastian hukum.

## Tanggung Jawab Penyedia Marketplace Dalam Transaksi Jual Beli Online

Dalam perspektif Teori Hukum Murni, esensi tanggung jawab hukum menitikberatkan pada kewajiban subjek hukum tertentu untuk menaati norma serta kaidah hukum yang berlaku, sekaligus kesiapan memikul konsekuensi yuridis apabila terjadi pelanggaran. Jika diimplementasikan dalam ekosistem digital, prinsip ini mewajibkan penyelenggara platform untuk menjalankan fungsi pengawasan yang rigid terhadap komoditas yang diperdagangkan, serta bersinergi dengan otoritas berwenang dalam menindak tegas oknum penjual yang menyalahi aturan. Lebih lanjut, penyedia *marketplace* memiliki beban kewajiban untuk menjamin bahwa seluruh produk yang dipasarkan dalam sistem mereka merupakan barang autentik yang spesifikasinya selaras dengan deskripsi yang dipublikasikan (Sanusi, M. A., 2014).

Penyelenggara platform *marketplace* secara imperatif diwajibkan untuk mematuhi instrumen regulasi yang berlaku, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Regulasi tersebut mengamanatkan kewajiban bagi penyedia platform untuk menjamin integritas keamanan data pengguna serta validitas transaksi yang terselenggara dalam ekosistem elektronik mereka (Abdul Rahim, 2020).

Merujuk pada UU ITE No. 19 Tahun 2016, platform digital memiliki kewajiban hukum untuk menjamin setiap transaksi berjalan sesuai koridor hukum dan memenuhi syarat sah perjanjian. Selain itu, penyelenggara wajib menyajikan informasi yang akurat dan transparan bagi konsumen (Sari, 2022). Kelalaian atau pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat mengakibatkan sanksi hukum bagi pihak platform, baik dalam ranah perdata maupun pidana. Salah satu pilar utamanya adalah verifikasi pelaku usaha yang mencakup validasi identitas dan autentisitas komoditas. Sejalan dengan argumentasi Hidayati, minimnya pengawasan berisiko mengubah platform menjadi medium peredaran barang replika yang mencederai hak konsumen.

Namun, temuan penelitian Putra mengungkapkan disparitas yang signifikan, di mana hanya sekitar 30% konsumen yang mempersepsikan mekanisme pengaduan saat ini telah berjalan efektif. Data tersebut mengindikasikan adanya urgensi bagi penyedia layanan untuk mereformasi prosedur pengaduan dan meningkatkan transparansi layanan guna memperkuat proteksi konsumen.

Manifestasi tanggung jawab platform juga meluas pada keamanan data personal. Kehadiran UU Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) memberikan landasan yuridis bagi platform dalam tata kelola data konsumen (Rizal, 2023). Kegagalan memitigasi risiko ini tidak hanya berdampak materiil, tetapi juga memicu degradasi kepercayaan publik. Oleh karena itu, edukasi konsumen menjadi instrumen proaktif yang mutlak diperlukan untuk memberikan pemahaman mengenai hak-hak konstitusional dan identifikasi keaslian produk (*informed decision making*). Integrasi antara verifikasi, pengawasan, proteksi data, dan edukasi publik menjadi prasyarat utama dalam memitigasi risiko sistemik dan menjaga stabilitas pasar digital di Indonesia.

## **Kompensasi Kerugian Konsumen Akibat Barang Tiruan di Pasar Digital**

Apabila terjadi kerugian akibat peredaran produk palsu di internet, instrumen hukum melalui UUPK telah mengatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi yang memadai. Hal ini bisa berupa pengembalian uang secara utuh, penggantian produk, atau pemberian ganti rugi lainnya (Nasution, 1999). Mengingat rentannya transaksi di media internet, perlindungan hukum yang tegas sangat diperlukan untuk memastikan konsumen tidak menjadi korban dari perilaku usaha yang curang (Muliastuti, 2010).

Pesatnya pertumbuhan belanja online di Asia Tenggara, yang tercatat naik 17% hanya dalam kurun waktu 12 bulan, membawa tantangan baru bagi kepastian hukum di Indonesia. Menanggapi fenomena ini, Pramono (2021) menekankan bahwa penyelesaian masalah hukum dalam transaksi digital harus dilakukan secara efektif. Marketplace dituntut untuk tidak hanya menjadi perantara, tetapi juga wajib memiliki mekanisme penyelesaian keluhan yang jelas guna memastikan konsumen yang dirugikan oleh produk palsu mendapatkan kompensasi yang layak.

Relevansi Pasal 4 ayat (1) mengenai hak atas keamanan konsumen tetap krusial dalam ekosistem digital, mengingat adanya keterbatasan konsumen dalam mengidentifikasi fisik produk secara langsung. Namun, menurut Sinta dewi Rosadi dan zahra Tahira (2018), jaminan keamanan transaksi di Indonesia masih menghadapi tantangan besar. Hal ini disebabkan oleh kurangnya proteksi terhadap data sensitif seperti nomor kartu kredit dan kredensial akun, serta belum optimalnya penerapan teknologi pengamanan seperti kriptografi oleh para pelaku usaha di Indonesia. Lebih lanjut, temuan penelitian menunjukkan adanya kecenderungan konsumen yang hanya memprioritaskan pemenuhan hak minimal secara legal tanpa memiliki posisi tawar yang kuat terhadap platform besar. Padahal, organisasi konsumen seharusnya memegang peranan strategis dalam mengawal keadilan transaksional agar cakupannya lebih luas dari sekadar kepatuhan normatif (Upendra Baxi, 2023).

Secara yuridis di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berfungsi sebagai instrumen legal utama bagi konsumen untuk mengajukan tuntutan ganti rugi atas ketidaksesuaian standar kualitas produk. Merujuk pada Pasal 4 undang-undang tersebut, ditegaskan bahwa konsumen memiliki hak konstitusional untuk memperoleh barang atau jasa dengan nilai tukar yang sesuai dengan nominal yang dibayarkan (Mardani, 2022). Apabila terbukti bahwa produk yang diterima merupakan barang palsu, konsumen secara otomatis memiliki hak atas kompensasi. Salah satu bentuk restitusi yang paling fundamental adalah skema pengembalian dana (refund). Dalam hal ini, konsumen berhak melakukan retur barang dan menuntut pengembalian nilai ekonomi sesuai dengan harga perolehan, di mana prosedur tersebut harus dijalankan berdasarkan regulasi internal yang berlaku pada masing-masing marketplace (Hidayati, 2023).

Selain skema pengembalian dana, bentuk restitusi lain yang dapat ditempuh oleh konsumen adalah permintaan substitusi produk dengan barang yang autentik atau sesuai dengan spesifikasi yang telah diperjanjikan sebelumnya. Dalam konteks ini, penyelenggara marketplace memiliki beban tanggung jawab untuk memastikan pelaku usaha memenuhi

kewajiban penggantian tersebut (Putra, 2023). Lebih lanjut, apabila penggunaan produk non-autentik menimbulkan dampak derivatif—seperti kerugian finansial, kerusakan materiil, hingga cedera fisik—konsumen memiliki hak untuk mengajukan klaim ganti rugi tambahan. Namun, tuntutan tersebut wajib disertai dengan pembuktian yang sah dan valid di hadapan hukum (Sari, 2022).

Meski memiliki dasar hukum kuat, efektivitas ganti rugi masih terhambat oleh rendahnya literasi hukum konsumen dan kecenderungan platform yang lebih memprioritaskan kepentingan bisnis (Hidayati, 2023). Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi oleh pemerintah dan penyediaan mekanisme pengaduan yang transparan oleh penyelenggara marketplace. Secara praktis, prosedur pengajuan ganti rugi menjadi instrumen vital dalam melindungi hak konsumen dengan tahapan sebagai berikut:

1. Dokumentasi dan Koleksi Evidensi: Konsumen diwajibkan menghimpun bukti pendukung yang valid sebelum menginisiasi klaim. Evidensi tersebut mencakup bukti transaksi (struk pembelian), dokumentasi visual (foto produk) yang menunjukkan ketidaksesuaian spesifikasi, serta rekaman komunikasi (log chat) sebagai bukti adanya upaya penyelesaian awal dengan pelaku usaha.
2. Formalisasi Aduan: Konsumen melakukan pengisian formulir pengaduan standar yang disediakan oleh platform. Instrumen ini berfungsi untuk mengidentifikasi profil pengguna, mendeskripsikan substansi permasalahan secara kronologis, serta menyatukan bukti-bukti yang telah dikumpulkan.
3. Submisi melalui Sistem Elektronik: Pengajuan dilakukan secara daring melalui fitur yang tersedia pada platform marketplace. Pasca submisi, sistem akan melakukan registrasi pengaduan untuk kemudian diteruskan ke tahap verifikasi oleh tim terkait.
4. Verifikasi dan Analisis Klaim: Penyelenggara platform melakukan penilaian objektif terhadap validitas aduan. Proses ini meliputi verifikasi evidensi, permintaan klarifikasi dari pihak penjual, serta penilaian kesesuaian klaim terhadap regulasi perlindungan konsumen yang berlaku.
5. Ajudikasi dan Implementasi Putusan: Pihak platform memberikan keputusan akhir berdasarkan hasil penilaian. Apabila klaim dikabulkan, restitusi dapat direalisasikan dalam bentuk pengembalian dana (refund) atau substitusi produk. Sebaliknya, setiap penolakan klaim wajib disertai argumen yuridis yang jelas demi menjamin transparansi administratif.
6. Mekanisme Banding dan Eskalasi Sengketa: Dalam hal konsumen merasa tidak puas atas keputusan platform, tersedia ruang untuk melakukan banding atau melaporkan sengketa tersebut ke lembaga otoritas perlindungan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya mekanisme resolusi sengketa yang akomodatif dalam menjamin kepastian hukum bagi konsumen.

Temuan penelitian menegaskan bahwa keberhasilan sistem ini sangat bergantung pada kolaborasi lintas sektoral untuk mengatasi kendala prosedural (Sari, 2022). Penegakan hak restitusi melalui prosedur yang akuntabel bukan sekadar formalitas bisnis, melainkan instrumen vital untuk menjaga kredibilitas ekosistem *e-commerce* dan melindungi kedaulatan hak-hak konsumen di era digital.

## Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *marketplace* belum sepenuhnya efektif akibat adanya ketidakjelasan batasan tanggung jawab antara penjual dan penyedia platform. Meskipun *marketplace* berstatus sebagai perantara, secara yuridis mereka memikul tanggung jawab preventif untuk menjamin bahwa sistem yang mereka selenggarakan bebas dari praktik perdagangan ilegal, termasuk peredaran barang palsu. Penggunaan kebijakan *safe harbor* tidak dapat dijadikan alasan bagi platform untuk mengabaikan fungsi pengawasan dan verifikasi. Temuan ini mengimplikasikan bahwa perlu adanya sinkronisasi aturan yang lebih tegas yang mewajibkan platform menanggung kerugian konsumen jika terbukti ada kelalaian dalam sistem filtrasi penjual.

## Saran dan Rekomendasi:

1. **Rekomendasi:** Penyelenggara *marketplace* harus memperketat sistem verifikasi mitra usaha dan mempermudah prosedur klaim ganti rugi tanpa memberatkan konsumen secara administratif. Selain itu, platform perlu mengintegrasikan sistem pelaporan mereka dengan database kepolisian atau lembaga perlindungan konsumen nasional untuk mempercepat penanganan barang palsu.
2. **Saran Penelitian Selanjutnya:** Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan studi empiris mengenai efektivitas sanksi administratif yang diberikan pemerintah kepada platform yang lalai, serta mengkaji penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendeteksi produk imitasi secara otomatis sebagai bentuk tanggung jawab teknis platform.

## Referensi

- Aditya, R. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Peredaran Barang Palsu di Marketplace Indonesia. *Jurnal Hukum dan Konsumen*, 5(2), 112-125.
- Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42.
- Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 58.
- Sitepu, D. P. B., Manurung, A. F. R., Zulkifli, S., & Noord, T. (2024). Analisis Hukum Tanggung Jawab Penyedia Platform Market Place terhadap Produk Palsu dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), 464-474. .
- Suhadi, T. (2023). *Analisis Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Hukum.

- STIE AAS. (2023). Analysis of the Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions in SMEs. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*,7(2),3524.
- Uendra Baxi, *Equity and Expedition in Consumer Law and Justice: Some Theoretical Reflections and Practical Concerns*, 11. (2023).
- Sinta Dewi Rosadi and Zahra Tahira, *Consumer Protection in Digital Economy Era: Law in Indonesia*, Yustisia, Vol. 7 No. 1 (January – April 2018), 85. Distributed under the Creative Commons Attribution License
- Akar, E., & Nasir, V. A. (2015). A review of literature on consumers' online purchase intentions. *Journal of Customer Behaviour*, 14(3), 215–233.
- Abdul Rahim, "Overview of Consumer Protection Laws Against Electronic Transactions on the Marketplace," *International Journal of Artificial Intelligence Research*, vol. 0, no. 01, June 2020, DOI:10.29099/ijair.v6i1.404
- Putra, A. (2022). Studi Kasus Penjualan Produk Palsu di Marketplace. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 15(2), 45-60.
- Angel Kezia Manatar (2022),*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pengiriman Barang Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang - Undang Nomor 19 Tahun 2016*.
- Mardani, A. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 18(3), 55-72.
- Rizal, S. (2023). Tanggung Jawab Hukum Marketplace dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 16(1), 34-48.
- Aslamia Rosa, Iisnawati, and Islahudin Daud, "Key Factors Analysis of E-Commerce and Marketplace Purchasing Decision in Palembang," *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business* 2, no. 4 (2018): 347-362.
- Hidayati, N. (2023). *Tanggung Jawab Hukum dalam Jual Beli Online*. Jakarta: Penerbit Hukum.
- Rosadi, S. D., & Tahira, Z. (2018). *Consumer Trust and Data Protection in Indonesia's Digital Economy*. Jurnal Hukum.
- Nasution, A. Z. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Baxi, U. (2023). *The Future of Human Rights and Consumer Responsibility*. Oxford University Press.
- Muliastuti. (2010). *Kepastian Hukum dalam Transaksi Elektronik*. Jakarta: Erlangga.

- 
- Sanusi, M. A. (2014). *Transaksi Bisnis Dalam E-Commerce: Studi Aspek Hukum dan Lingkungan Strategis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pramono. (2021). Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen di Asia Tenggara. *Jurnal Hukum Internasional*.
- Smith, J. & Raharjo, B. (2023). *Consumer Protection in the Global E-commerce Era: A Comparative Study between Indonesia and European Union Regulations*. *International Journal of Law and Society*.
- Wijaya, Andre & Pratama, Rizky. (2023). *Efektivitas Algoritma filtering dan Verifikasi Identitas dalam Mereduksi Peredaran Barang Palsu di Marketplace*. *Jurnal Teknologi dan Hukum digital*.
- Sitompul, Josua. (2024). *Analisis Perubahan Kedua Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik: Transformasi Digital dan Kepastian Hukum di Indonesia*. *Jurnal Hukum Siber Indonesia*.