

ANALISIS EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
TERHADAP PEREDARAN BARANG KW DI E-COMMERCE INDONESIAWei Liuhua¹, Trubus Rahardiansyah², Maya Indrasti Notoprayitno³^{1,2,3}Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Trisakti¹weijennifer1018@gmail.com, ²trubusrp98@gmail.com, ³maya@trisakti.ac.id**Abstrak**

E-commerce merupakan salah satu produk digitalisasi yang berfungsi sebagai sebuah *market* baru dimana penjualan dan pembelian dilakukan berbasis *online*. *E-commerce* muncul di dalam kehidupan manusia dengan memberikan berbagai keuntungan yaitu bisa berbelanja kapanpun dimanapun dan transaksi yang dilakukan bisa melewati lintas batas. Namun salah satu masalah yang ada di *e-commerce* adalah maraknya barang KW yang dijual belikan, banyak masyarakat Indonesia yang merasa tertipu dengan barang KW ditambah lagi masyarakat Indonesia masih banyak yang kurang paham mengenai keabsahan hukum atas barang tiruan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa efektivitas perlindungan hukum konsumen terhadap barang KW di *e-commerce*. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian normatif yang berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang ada terkait dengan perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi sudah ada, pengawasan terhadap penjual dan implementasi hukum di lapangan masih belum optimal, sehingga perlindungan konsumen terhadap barang KW di *e-commerce* perlu ditingkatkan.

Kata kunci: Perlindungan konsumen, barang KW, *E-commerce*, regulasi hukum.

Abstract

E-commerce is one of the digitalization products that functions as a new market where sales and purchases are made online. *E-commerce* appears in human life by providing various advantages, namely being able to shop anytime anywhere and transactions made can cross borders. However, one of the problems that exist in *e-commerce* is the rise of KW goods that are traded, many Indonesians feel cheated by KW goods plus many Indonesians still do not understand the legal validity of these counterfeit goods. This study aims to analyze the effectiveness of consumer legal protection against KW goods in *e-commerce*. This research uses a normative research approach that focuses on analyzing existing laws and regulations related to consumer protection in the *e-commerce* sector. The results show that although regulations already exist, supervision of sellers and legal implementation in the field is still not optimal, so consumer protection against KW goods in *e-commerce* needs to be improved.

Keywords: Consumer protection, KW goods, *E-commerce*, legal regulation.

Article History:

Received: June 2025

Reviewed: June 2025

Published: June 2025

Plagiarism Checker No. 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/CAUSA.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dalam era digital yang semakin maju, aktivitas perdagangan tidak lagi terbatas pada interaksi fisik, melainkan telah bertransformasi ke dalam bentuk transaksi elektronik melalui platform *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah platform digital yang memiliki fungsi sebagai pasar bagi konsumen yang ingin menjual dan membeli sebuah barang dan jasa secara *online* dengan berbagai kemudahan yang diberikan. Kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, hingga ragam promo menarik yang ditawarkan menjadikan *e-commerce* pilihan utama dalam memenuhi keinginan masyarakat (Qotrunnada & Setianingrum, 2025).

Menurut laporan Statista (2024) mengenai data pengguna *e-commerce* di Indonesia mengalami kenaikan 65,6 juta pengguna di tahun 2024. Kenaikan jumlah pengguna tinggi dikarenakan antusias masyarakat Indonesia terhadap *e-commerce* semakin meningkat, hal ini dibuktikan dengan berbagai *e-commerce* yang populer di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, hingga Bukalapak (Yonatan, 2025). Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan (PDSI Kemendag) turut mencatat bahwa jumlah pengguna *e-commerce* telah bertambah 69% selama 5 tahun terakhir, dari 38 juta pengguna pada 2020 menjadi 65 juta pada 2024. Jumlah ini diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 99 juta pengguna pada 2029 (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2025).

Fenomena ini membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi digital dan memudahkan masyarakat dalam berbelanja. Namun, di balik kemudahan dan efisiensi tersebut, terdapat berbagai persoalan hukum yang muncul, salah satunya adalah maraknya peredaran barang KW (barang palsu) yang merugikan konsumen secara langsung. Barang KW tidak hanya menyesatkan dari segi kualitas dan informasi, tetapi juga mengancam hak-hak konsumen yang seharusnya dilindungi oleh hukum (Haidari & Paktiani, 2011).

Trend peredaran barang palsu di platform *e-commerce* tidak hanya berdampak pada kerugian ekonomi konsumen, tetapi juga menimbulkan distorsi pasar dan ketidakadilan dalam persaingan usaha. Konsumen yang tidak mendapatkan produk sesuai deskripsi merasa tertipu, sementara pelaku usaha yang menjual produk asli mengalami kerugian akibat persaingan tidak sehat. Permasalahan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam konteks digital menuntut pendekatan hukum yang lebih dinamis dan adaptif.

Indonesia sebenarnya telah memiliki kerangka hukum yang mengatur perlindungan konsumen, antara lain melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi-regulasi ini mengatur larangan penjualan barang tidak sesuai deskripsi, kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang benar, serta tanggung jawab *marketplace* terhadap barang yang diperdagangkan. Namun, meskipun aturan telah tersedia secara normatif, kasus penipuan dan peredaran produk palsu di *marketplace* digital tetap marak terjadi (Hamid, 2017).

Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat lonjakan mencolok dalam jumlah pengaduan konsumen, yang mayoritas berasal dari transaksi *e-commerce*. Dari tahun 2022 hingga Maret 2025, tercatat sebanyak 20.942 aduan masuk. Lebih dari 92% di antaranya, atau tepatnya 19.428 kasus, terkait langsung dengan *e-commerce* termasuk di dalamnya barang KW (CNBC Indonesia, 2025). Beberapa studi kasus yang telah dilaporkan, seperti penipuan pembelian tas *branded* palsu melalui fitur *Live Shopping* di Shopee, atau penjualan ponsel palsu yang diklaim *original*, menunjukkan bahwa konsumen sering kali berada dalam posisi lemah dan tidak mendapatkan perlindungan yang semestinya.

Hukum perlindungan konsumen menjadi salah satu solusi akan permasalahan maraknya penyebaran barang KW di *e-commerce*. Dengan adanya regulasi yang lebih ketat dan penerapan yang lebih tegas, konsumen akan mendapatkan perlindungan yang lebih baik terhadap penipuan dan penjualan produk palsu. Misalnya, melalui peningkatan kewajiban bagi platform *e-*

commerce untuk melakukan verifikasi lebih mendalam terhadap produk yang dijual oleh pihak ketiga, serta memastikan informasi yang diberikan kepada konsumen adalah akurat dan transparan. Selain itu, penerapan sanksi yang lebih berat terhadap pelaku usaha yang menjual barang palsu dapat memberikan efek jera dan mencegah praktik curang yang merugikan konsumen.

Namun demikian, efektivitas dari sistem perlindungan tersebut masih menjadi pertanyaan utama yang perlu dikaji secara mendalam, mengingat tingginya angka pelanggaran yang terus berulang meski regulasi telah tersedia. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis ingin meninjau bagaimana analisis efektivitas perlindungan hukum konsumen terhadap peredaran barang KW di *E-commerce* Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Perkembangan pengguna *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia memberikan dampak positif pada peningkatan transaksi ekonomi dan meningkatkan daya beli masyarakat, namun perkembangan itu juga memberikan dampak negatif yaitu maraknya peredaran barang KW di *marketplace* dimana banyak masyarakat yang merasa tertipu membeli barang dengan klaim asli namun ternyata KW di *e-commerce*. Meskipun Indonesia sudah memiliki perangkat hukum seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur perlindungan konsumen, namun praktik penjualan barang palsu melalui platform *e-commerce* tetap terjadi secara luas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aturan yang ada dengan implementasi di lapangan.

Kesenjangan tersebut menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai tanggung jawab hukum dari berbagai aktor, termasuk penjual, penyelenggara sistem elektronik, dan pemerintah sebagai otoritas pengawas. Selain itu, efektivitas instrumen hukum yang ada dalam memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen masih perlu diuji dari sisi implementasi dan penegakan. Berdasarkan permasalahan diatas maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana tanggung jawab *marketplace* dan penyelenggara sistem elektronik dalam menjamin perlindungan hukum konsumen?
3. Bagaimana efektivitas perlindungan hukum konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce*, dan apa saja kekurangan dalam penerapannya di lapangan?
4. Peran Pemerintah dalam Menjamin Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce* di Indonesia.

Rumusan masalah ini bertujuan untuk memberikan pijakan konseptual dalam mengevaluasi secara kritis hubungan antara regulasi yang berlaku, aktor pelaksana kebijakan, serta realitas yang dihadapi oleh konsumen dalam menghadapi maraknya peredaran barang tiruan di ruang digital

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif yang berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang ada terkait dengan perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*. Metode ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana regulasi yang ada sudah memenuhi kebutuhan perlindungan konsumen dalam menghadapi peredaran barang KW di platform digital. Melalui pendekatan normatif, penelitian ini akan memberikan pemahaman mendalam mengenai regulasi yang ada dan bagaimana seharusnya regulasi tersebut dapat lebih efektif dalam menghadapi tantangan baru di era digital.

PEMBAHASAN**1. Perlindungan hukum konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce* di Indonesia****A. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999**

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum yang bertujuan untuk memberi perlindungan hukum kepada konsumen. Di Indonesia perlindungan hukum terhadap peredaran barang KW diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pasal 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 menjelaskan perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, kemandirian konsumen untuk melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin keberlangsungan usaha produksi barang atau jasa dan lain-lain (Rajagukguk, 2000).

Terdapat hak-hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam menjamin perlindungan konsumen di *e-commerce* dimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, yang berarti mereka berhak untuk memperoleh barang yang tidak membahayakan kesehatan atau keselamatan.
2. Konsumen berhak memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkannya sesuai dengan nilai tukar yang wajar, kondisi yang dijanjikan, dan jaminan kualitas yang sesuai.
3. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang akan dibeli, memastikan konsumen tidak tertipu oleh klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan.
4. Konsumen juga memiliki hak untuk didengar pendapat dan keluhannya mengenai barang dan jasa yang digunakan, memungkinkan mereka untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka secara sah.
5. Konsumen berhak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa yang adil jika terjadi masalah dengan barang atau jasa yang digunakan. Mereka juga berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai hak-hak mereka dll.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha dalam hal ini adalah penjual *online*, sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah:

1. Pelaku usaha wajib beritikad baik dalam setiap aktivitas bisnisnya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, serta jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Pelaku usaha harus memperlakukan konsumen secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif.
4. Pelaku usaha juga diwajibkan untuk menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi atau diperdagangkan sesuai dengan standar mutu yang berlaku.
5. Pelaku usaha harus memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberikan jaminan atau garansi atas barang yang dijual.
6. Jika terjadi kerugian akibat penggunaan barang atau jasa, pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.
7. Jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, pelaku usaha juga harus memberikan kompensasi atau penggantian sesuai ketentuan yang berlaku.

Perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap pembelian barang KW melalui *e-commerce* di Indonesia diatur dengan tegas dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang melarang pelaku usaha untuk menjual barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam label, etiket, deskripsi, iklan, atau promosi. Jika barang

yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang dijelaskan dalam iklan atau foto penawaran, itu dianggap sebagai pelanggaran oleh pelaku usaha. Selain itu, Pasal 9 ayat (1) huruf b UU Perlindungan Konsumen juga menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang atau jasa secara tidak benar, seolah-olah barang tersebut dalam kondisi baik atau baru.

Misalnya, pelaku usaha yang mengklaim menjual produk bermerek terkenal seperti tas, kosmetik, atau sepatu yang seharusnya asli, namun ternyata palsu, menyebabkan kerugian bagi konsumen akibat informasi yang menyesatkan tersebut. Apabila pelaku usaha melanggar larangan tersebut, mereka dapat dikenakan pidana sesuai dengan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 8, 9, 10, 13, 15, 17, dan 18 dapat dipenjara hingga 5 tahun atau didenda maksimal Rp 2 miliar.

Perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap pembelian barang KW melalui *e-commerce* juga diatur dengan tegas dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dimana apabila barang/jasa yang dibeli oleh pelanggan tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak pelaku usaha wajib untuk memberikan jaminan sebagai berikut:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi yang dimaksud bisa berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa yang setara, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi harus dilaksanakan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi dilakukan
4. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana jika terbukti ada unsur kesalahan lebih lanjut.
5. Ketentuan tentang ganti rugi tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut disebabkan oleh kesalahan konsumen.

B. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Selain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan hukum terhadap peredaran barang KW juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua peraturan perundang-undangan ini memberikan perlindungan terhadap konsumen yang berisiko membeli barang palsu, terutama melalui platform daring atau media sosial. UU ITE merupakan regulasi yang mengatur transaksi elektronik di Indonesia, termasuk transaksi yang terjadi di platform *online* seperti *e-commerce* dan media sosial. Peraturan ini sangat penting dalam menangani peredaran barang KW, terutama di dunia maya, di mana transaksi *online* sangat sering terjadi.

Larangan penyebaran informasi terkait barang atau jasa palsu di *e-commerce* diatur dalam Pasal 27 Ayat 1 dan Pasal 28 Ayat 1 dimana penjual yang memasarkan barang KW di *e-commerce* dengan menyatakan bahwa barang tersebut asli atau sesuai dengan deskripsi yang diberikan dapat dianggap sebagai bentuk penipuan dan melanggar hukum UU ITE. Dalam Pasal 50 Ayat 1 pelaku usaha yang penyebaran informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan atau yang dapat merugikan pihak lain di *e-commerce* dapat dikenakan pidana berupa penjara paling lama 6 tahun atau denda paling banyak Rp 1 miliar. Jika barang KW dijual dengan informasi yang salah, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi sesuai dengan pasal ini.

Praktisi hukum Ibu Averin Dian Boruna Sidauruk, S.H., M.H memberikan pandangannya mengenai landasan hukum perlindungan konsumen di Indonesia:

“Secara teori, UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE bisa jadi landasan kuat untuk menangani penjualan barang palsu atau tidak sesuai deskripsi. UU Perlindungan Konsumen menekankan pada hak atas informasi dan barang yang sesuai dengan standar. Sementara UU ITE bisa digunakan untuk menangani aspek digital, seperti penipuan daring, penyebaran informasi palsu, dan sebagainya. Keduanya menjadi landasan hukum yang kuat jika bersinergi satu sama lain”.

Dalam wawancara diatas, Ibu Averin menegaskan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE yang sudah dijelaskan diatas bisa menjadi landasan kuat untuk menangani penjualan barang palsu dan tidak sesuai deskripsi di *e-commerce* Indonesia. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menekankan pada hak atas informasi dan barang yang sesuai standar, sedangkan UU ITE bisa digunakan untuk menangani aspek digital seperti penipuan di ruang digital.

Berdasarkan regulasi hukum yang ada di Indonesia terkait perlindungan hukum konsumen dan hasil wawancara, maka penulis menyimpulkan bahwa secara hukum di Indonesia sudah ada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur larangan penjualan barang KW di *e-commerce*, dimana regulasi hukum tersebut bisa saling bersinergi untuk menciptakan *e-commerce* menjadi ruang bisnis digital yang sehat untuk masyarakat Indonesia dan mencegah penjualan barang KW di *e-commerce*.

2. Tanggung jawab *marketplace* sebagai platform perdagangan elektronik

Tanggung jawab *marketplace* dan penyelenggara sistem elektronik dalam berjualan di *e-commerce* sangat penting untuk menciptakan ekosistem jual beli yang aman, transparan, dan dapat dipercaya. Dalam konteks ini, *marketplace* berfungsi sebagai pihak yang menyediakan platform bagi penjual untuk menawarkan produk, sementara penyelenggara sistem elektronik (PSE) memiliki peran yang lebih luas dalam mengelola dan mengawasi operasi *e-commerce* tersebut (Vitenka, 2023). Keberadaan barang palsu atau KW di dalam *marketplace*, misalnya Shopee dan Tiktok menjadi masalah yang semakin besar dan dapat menyebabkan kerugian yang signifikan bagi konsumen. Sebagai platform digital yang memfasilitasi transaksi jual beli, *marketplace* berperan penting sebagai pihak ketiga yang menghubungkan penjual dan pembeli. Dalam hal ini, Shopee, Tiktok dan *marketplace* lainnya bertanggung jawab atas berbagai risiko yang dapat terjadi selama proses transaksi.

Sebagai penyedia platform yang memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli, Shopee dan *marketplace* lainnya memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka adalah produk yang sah dan tidak melanggar hak cipta atau merek dagang. Dalam sebuah wawancara penulis dengan Ibu Averin didapatkan informasi:

“*E-commerce* itu sebenarnya posisinya sedikit *tricky*. Di satu sisi, mereka cuma jadi perantara jual-beli, tapi di sisi lain mereka fasilitator utama yang dapat diakses jutaan pengguna. Kalau bicara tanggung jawab hukum, seharusnya mereka punya kewajiban moral dan hukum untuk memastikan bahwa barang yang dijual di platform mereka aman, legal, dan tidak merugikan konsumen. Namun dalam praktiknya, pengawasan atas *seller* sering longgar. Banyak *seller* yang bisa dengan mudah daftar dan langsung jualan, tanpa ada verifikasi ketat soal barang yang dijual. Tantangan hukumnya muncul ketika harus menentukan: “Seberapa jauh tanggung jawab *e-commerce* terhadap barang yang dijual oleh pihak ketiga?” Selain itu, aturan soal *e-commerce* di Indonesia belum secara detail mengatur tanggung jawab platform, apalagi kalau penjual berasal dari luar negeri. Jadi, ini jadi PR besar ke depan: memperjelas batas tanggung jawab, serta meningkatkan sistem pengawasan internal oleh platform”.

Dalam wawancara tersebut, Ibu Averin mengungkapkan bahwa posisi *e-commerce* sebenarnya cukup *tricky*. Di satu sisi, mereka berperan sebagai perantara jual-beli, namun di sisi lain, mereka juga berfungsi sebagai fasilitator utama yang dapat diakses oleh jutaan pengguna. Ibu Averin menyatakan bahwa secara hukum, *e-commerce* seharusnya memiliki kewajiban moral dan hukum untuk memastikan barang yang dijual di platform mereka aman, legal, dan tidak merugikan konsumen. Namun, dalam praktiknya, pengawasan terhadap penjual sering kali kurang ketat, dengan banyak penjual yang bisa dengan mudah mendaftar tanpa adanya verifikasi barang yang dijual. Tantangan hukum muncul ketika harus menentukan sejauh mana tanggung jawab *e-commerce* terhadap barang yang dijual oleh pihak ketiga, apalagi karena regulasi *e-commerce* di Indonesia belum secara rinci mengatur tanggung jawab platform, terutama jika penjual berasal dari luar negeri. Oleh karena itu, Ibu Averin menekankan perlunya upaya untuk memperjelas batas tanggung jawab *e-commerce* dan meningkatkan sistem pengawasan internal mereka.

Selain itu, Pasal 27 dan Pasal 28 secara tidak langsung juga memberikan tanggung jawab kepada penyelenggara sistem elektronik (platform *e-commerce* atau media sosial) untuk mengawasi dan memastikan bahwa pelaku usaha yang berjualan melalui platform mereka tidak melakukan penipuan atau menjual barang palsu. Platform yang membiarkan transaksi barang KW atau penipuan yang merugikan konsumen dapat dikenakan sanksi hukum.

Berdasarkan hasil wawancara dan penjelasan diatas, penulis memberikan kesimpulan bahwa tanggung jawab *marketplace* sangat penting dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang aman dan terpercaya. *Marketplace*, sebagai perantara jual-beli, memiliki kewajiban moral dan hukum untuk memastikan bahwa barang yang dijual di platform mereka aman, legal, dan tidak merugikan konsumen. Namun, tantangan besar muncul karena pengawasan terhadap penjual sering kali kurang ketat, dan regulasi yang ada di Indonesia belum mengatur dengan jelas tanggung jawab *marketplace*, terutama ketika penjual berasal dari luar negeri. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memperjelas batas tanggung jawab *marketplace* serta meningkatkan sistem pengawasan internal agar dapat melindungi konsumen dan menjaga integritas platform *e-commerce*.

3. Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce* di Indonesia

Peredaran barang tiruan (KW) di platform *e-commerce* di Indonesia masih menjadi masalah serius, meskipun sudah ada aturan hukum yang melindungi konsumen, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 19 Tahun 2016. Kedua undang-undang ini sebenarnya memberikan landasan hukum yang kuat untuk mencegah penipuan dan penjualan barang palsu, tetapi dalam praktiknya, penerapannya belum optimal. Salah satu contoh nyata adalah maraknya penjualan tas *branded* palsu di situs *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Penjual sering mengklaim produk mereka asli, padahal yang dikirim adalah barang KW. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen berhak mendapatkan informasi yang jujur (sesuai Pasal 4 UUPK), banyak yang masih menjadi korban tipu daya.

Praktisi hukum Ibu Averin Dian Boruna Sidaurok, S.H., M.H menanggapi efektivitas perlindungan hukum konsumen terhadap barang KW dalam sebuah wawancara:

“Kalau bicara soal hukum perlindungan konsumen di Indonesia, sebenarnya regulasinya sudah ada. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU ITE, misalnya, udah mengatur hak-hak konsumen secara jelas, mulai dari hak atas informasi, keamanan, hingga hak untuk didengar keluhannya. Masalahnya, aturan ini sering kalah cepat sama perkembangan teknologi dan pola transaksi digital”.

Berdasarkan wawancara diatas, Ibu Averin menjelaskan bahwa regulasi perlindungan konsumen di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan UU ITE dimana di dalam undang-undang tersebut tertera jelas tentang hak-hak konsumen mulai dari

hal atas informasi, hak atas keamanan, hingga hak untuk didengar keluhannya, namun aturan tersebut sering kalah cepat dengan perkembangan teknologi dan pola transaksi digital.

Dalam wawancara tersebut, Ibu Averin juga menanggapi terkait kasus maraknya penjualan tas *branded* palsu di situs *e-commerce* :

“Kasus maraknya penjualan *branded* KW tersebut sungguh mengkhawatirkan apalagi dengan harga yang tidak murah yah. Kalau kita perhatikan nih, kondisi di *e-commerce* sekarang memperlihatkan bahwa barang KW memang masih bebas beredar, artinya ada gap antara hukum dan praktik di lapangan. Penegakan hukum juga cenderung pasif, alias nunggu laporan dulu baru bergerak. Ditambah lagi, sanksi terhadap pelaku sering kurang tegas atau malah sulit dilacak kalau pelakunya dari luar negeri. Jadi secara umum, bisa dibilang efektivitas hukum masih belum maksimal karena lemah di sisi implementasi, pengawasan, dan penindakan”.

Berdasarkan wawancara tersebut, Ibu Averin menanggapi bahwa kasus maraknya penjualan barang *branded* KW di *e-commerce* merupakan sebuah fenomena dimana ada gap antara hukum dan praktik di lapangan. Menurut Ibu Averin penegakan hukum yang terjadi di Indonesia masih bersifat pasif alias menunggu laporan baru bergerak. Secara umum efektivitas perlindungan hukum konsumen di *e-commerce* masih belum maksimal karena lemahnya disisi implementasi, pengawasan, dan penindakan.

Berbicara tentang pengawasan dari platform *e-commerce* di Indonesia memang masih tergolong lemah. Meskipun UU ITE mewajibkan platform untuk memastikan produk yang dijual sesuai deskripsi, banyak penjual nakal yang lolos dari pengawasan. Misalnya, di Shopee, masih banyak barang KW yang diklaim sebagai produk *original*. Hal ini membuktikan bahwa meskipun aturan sudah ada, masih ada celah yang dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggung jawab. Contoh lain adalah penjualan ponsel palsu di Lazada atau Bukalapak. Banyak konsumen mengeluh karena menerima barang yang kualitasnya jauh di bawah produk asli, meskipun diiklankan sebagai *original*.

Secara hukum, konsumen berhak mendapatkan penggantian (Pasal 19 UUPK), tetapi proses pengaduan sering rumit dan memakan waktu. Ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen terhadap maraknya barang KW di *e-commerce* memang masih perlu ditingkatkan, baik dari sisi penegakan hukum, pengawasan, hingga penindakan.

4. Peran pemerintah dalam menjamin perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap peredaran barang KW di platform *e-commerce* di Indonesia

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001, yang membahas mengenai pembinaan dan pengawasan dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. Pasal 7 hingga Pasal 10 dari peraturan ini secara khusus memuat tentang bagaimana pengawasan dilakukan oleh berbagai pihak, baik oleh pemerintah, masyarakat, maupun lembaga perlindungan konsumen (Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001, 2001). Pemerintah berperan penting dalam melakukan pengawasan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen termasuk dengan melakukan pemeriksaan secara rutin dan penindakan terhadap penjual yang terbukti menjual barang KW. Dalam hal regulasi hukum, Pemerintah juga perlu mengembangkan regulasi yang kuat untuk mengatasi penyebaran barang palsu di *e-commerce*. Regulasi ini dapat mengatur tentang standar kualitas produk, kewajiban penjual, dan mekanisme pelaporan pelanggaran.

Perlindungan konsumen yang efektif memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Penguatan infrastruktur pengawasan, termasuk penggunaan teknologi untuk memantau aktivitas *e-commerce*, dapat membantu mendeteksi dan mencegah praktik bisnis yang merugikan konsumen. Pemerintah dapat mengembangkan strategi pemantauan yang menggunakan teknologi untuk mendeteksi praktik bisnis yang merugikan konsumen dan dapat merugikan integritas pasar.

Dan yang paling penting, Pemerintah juga berperan dalam memberikan edukasi kepada masyarakat terkait bahasa barang KW yang dijual belikan di *e-commerce* sehingga masyarakat mendapatkan pemahaman yang baik terkait perlindungan konsumen di *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang mengatur perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun dalam implementasi dan pengawasan terhadap regulasi tersebut masih belum efektif. Penjualan barang KW yang marak di platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia menunjukkan adanya kesenjangan antara hukum yang ada dengan praktik di lapangan.

Tanggung jawab *marketplace* dalam hal ini sangat krusial, karena mereka tidak hanya berfungsi sebagai perantara jual-beli, tetapi juga sebagai fasilitator utama yang dapat diakses oleh jutaan pengguna. Secara hukum, *marketplace* seharusnya memiliki kewajiban moral dan hukum untuk memastikan bahwa barang yang dijual di platform mereka aman, legal, dan tidak merugikan konsumen.

Pemerintah, penyelenggara sistem elektronik, dan *marketplace* perlu bekerja sama untuk memperketat pengawasan terhadap penjual, meningkatkan sanksi terhadap pelanggaran, serta mengembangkan regulasi yang lebih spesifik untuk *e-commerce*. Selain itu, edukasi konsumen dan penggunaan teknologi dalam pengawasan juga menjadi kunci penting dalam mencegah penipuan dan peredaran barang palsu di pasar digital.

Saran

Dalam hal ini, penulis memberikan beberapa saran untuk meningkatkan regulasi hukum perlindungan konsumen terhadap peredaran barang KW di *e-commerce* sebagai berikut:

1. Penguatan pengawasan yang bisa dilakukan oleh Pemerintah dan *Marketplace*, Pemerintah dan penyelenggara sistem elektronik, khususnya *marketplace*, perlu meningkatkan pengawasan terhadap produk yang dijual di platform mereka. Salah satu cara efektif adalah dengan memperketat proses verifikasi penjual dan produk yang dipasarkan untuk memastikan bahwa barang yang dijual memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan serta tidak melanggar hak cipta atau hukum perlindungan konsumen. Implementasi sistem verifikasi yang lebih ketat dapat mencegah maraknya penjualan barang KW atau palsu.
2. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE telah ada, masih terdapat kekurangan dalam penerapannya di lapangan. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan regulasi yang lebih spesifik mengenai transaksi *e-commerce*, termasuk aturan yang lebih rinci tentang kewajiban dan tanggung jawab *marketplace*, mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien, serta standar untuk produk yang dipasarkan secara *online*.
3. Penggunaan teknologi, seperti kecerdasan buatan (AI) dan sistem otomatis untuk mendeteksi pola penjualan barang palsu atau penipuan, sangat diperlukan. *Marketplace* harus mengembangkan sistem pemantauan yang lebih canggih untuk mendeteksi dan mencegah penjualan barang KW. Teknologi ini dapat membantu pihak *marketplace* untuk lebih cepat menangani pelanggaran dan mencegah kerugian bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (2025, April 24). "Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban". Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>
- Asma Juwita, "Analisis Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Dan 5 Ditinjau Menurut Hukum Islam", Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Haidari, A., & Paktiani, K. (2011). *E-commerce: A study about trust and security within E-commerce*. Gothenburg: University of Gothenburg.
- Hamid, H. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025, April 20). *Satu Data*. Retrieved from Satu Data: <https://satudata.kemendag.go.id/>
- Meltalia Panjaitan, "Analisis Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang Yang Memakai Merek tiruan (Tinjauan Dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Pengguna)".
- Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001. (2001). *Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Pemerintah Indonesia.
- Qotrunnada, Z. S., & Setianingrum, R. B. (2025). "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Barang Tiruan (KW) yang dijual belikan di e-commerce". *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 113-123.
- Rajagukguk, E. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Vitenka, F. V. (2023). *Tanggung Jawab Market place sebagai platform Perdagangan elektronik terhadap kerugian pelanggan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yonatan, A. (2025, Maret 29). "Nilai Transaksi E-commerce Indonesia Capai Rp487 Triliun pada 2024". Retrieved from Goodstats: <https://goodstats.id/article/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp487-triliun-pada-2024-Vqv7l>.