



Kajian Yuridis Bisnis Digital: Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran dan Penjualan Produk Palsu di Indonesia

Hery Dwi Utomo*

Program Studi S1 Hukum, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: hery_dwiutomo@udb.ac.id

Abstract. *The growth of digital marketplaces in Indonesia has facilitated e-commerce activities; however, it has also given rise to various legal issues, particularly regarding the circulation of counterfeit products, which harm consumers and trademark owners. The sale of counterfeit products via marketplaces highlights the continued weakness of oversight over digital trading activities and the lack of adequate legal protection for consumers in electronic transactions. Consumers are in a vulnerable position due to the limitations in verifying the authenticity of goods directly before making a purchase. In addition to causing economic harm to consumers, the circulation of counterfeit products also results in intellectual property rights infringements and erodes public trust in Indonesia's digital trading system. This study aims to analyse the form of legal liability of marketplaces regarding the sale of counterfeit products, as well as legal protection for consumers in digital marketplaces in Indonesia. The research method used is a normative legal study employing a statutory approach and a literature review. The research findings indicate that marketplaces bear legal responsibility not only as digital platform providers, but also as operators of electronic systems who are obliged to establish a trading system that is secure, reliable and accountable in terms of consumer protection and the prevention of the circulation of counterfeit products. Marketplaces are obliged to monitor sellers and the products traded through verification mechanisms, the removal of illegal products, and the imposition of sanctions on offenders.*

Keywords: *Business Law; Counterfeit Goods; Digital Business; Liability; Marketplace.*

Abstrak. Perkembangan *marketplace* digital di Indonesia telah memberikan kemudahan dalam aktivitas perdagangan elektronik, namun di sisi lain juga memunculkan berbagai persoalan hukum, khususnya terkait peredaran produk palsu yang merugikan konsumen dan pemilik hak merek. Penjualan produk palsu melalui *marketplace* menunjukkan masih lemahnya pengawasan terhadap aktivitas perdagangan digital serta belum optimalnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Konsumen berada pada posisi yang rentan akibat keterbatasan dalam memeriksa keaslian barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Selain merugikan konsumen secara ekonomi, peredaran produk palsu juga berdampak pada pelanggaran hak kekayaan intelektual dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan digital di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap penjualan produk palsu serta perlindungan hukum bagi konsumen dalam *marketplace* digital di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketplace* memiliki tanggung jawab hukum tidak hanya sebagai penyedia platform digital, tetapi juga sebagai penyelenggara sistem elektronik yang wajib menciptakan sistem perdagangan yang aman, andal, dan bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen serta pencegahan peredaran produk palsu. *Marketplace* berkewajiban melakukan pengawasan terhadap penjual dan produk yang diperdagangkan melalui mekanisme verifikasi, penghapusan produk ilegal, serta pemberian sanksi terhadap pelaku pelanggaran.

Kata Kunci: *Bisnis Digital; Hukum Bisnis; Marketplace; Produk Palsu; Tanggung Jawab.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan perdagangan digital di Indonesia telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem elektronik berbasis *marketplace*. Kehadiran platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada menjadi sarana utama masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli karena dinilai praktis, cepat, dan efisien.

Perubahan pola konsumsi tersebut menunjukkan bahwa *marketplace* tidak lagi sekadar menjadi media perantara, melainkan telah berkembang menjadi bagian penting dari sistem perdagangan nasional. Janus Sidabalok menjelaskan bahwa perkembangan perdagangan modern harus diimbangi dengan sistem perlindungan konsumen yang mampu menjamin kepastian hukum dalam transaksi bisnis (Putri et al., 2026).

Kemudahan transaksi melalui *marketplace* pada kenyataannya tidak selalu memberikan rasa aman bagi konsumen karena masih marak ditemukan penjualan produk palsu di berbagai platform digital. Produk palsu tersebut meliputi barang elektronik, kosmetik, pakaian bermerek, hingga buku bajakan yang diperjualbelikan dengan harga jauh di bawah harga pasar. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi digital juga menghadirkan ruang baru bagi terjadinya pelanggaran hukum bisnis yang merugikan konsumen maupun pemegang hak merek. Ahmadi Miru menyatakan bahwa posisi konsumen dalam transaksi bisnis pada dasarnya berada pada posisi yang lemah sehingga memerlukan perlindungan hukum dari praktik perdagangan yang tidak jujur (Widiarty et al., 2024).

Maraknya peredaran produk palsu di *marketplace* menunjukkan adanya persoalan serius mengenai tanggung jawab platform digital terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam sistem mereka. *Marketplace* sering kali menempatkan diri hanya sebagai penyedia layanan elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli tanpa ikut bertanggung jawab terhadap barang yang diperjualbelikan (Amaliya et al., 2025). Pada dasarnya *marketplace* memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi yang terjadi melalui sistem komisi, iklan, maupun biaya layanan lainnya. Keadaan tersebut menimbulkan pertanyaan yuridis mengenai batas tanggung jawab *marketplace* dalam menjamin keamanan transaksi elektronik di Indonesia.

Penjualan produk palsu dalam *marketplace* secara langsung bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen yang menghendaki adanya jaminan kualitas, keamanan, dan keaslian barang yang diperdagangkan (Kastowo & Christiani, 2024). Konsumen pada umumnya sulit membedakan produk asli dan produk palsu karena transaksi dilakukan secara daring tanpa melihat barang secara langsung. Situasi ini menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian baik secara ekonomi maupun kesehatan, khususnya pada produk kosmetik dan obat-obatan ilegal. Janus Sidabalok menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan upaya hukum untuk menjamin adanya kepastian terhadap hak-hak konsumen dalam memperoleh barang dan jasa yang layak.

Kedudukan *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik sebenarnya memberikan konsekuensi hukum tertentu terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam platform mereka (Andreeva, 2024). *Marketplace* memiliki kewenangan untuk mengatur toko, menghapus produk, menutup akun penjual, hingga mengendalikan sistem pembayaran dan distribusi informasi produk. Dengan kewenangan tersebut, *marketplace* secara tidak langsung mempunyai kontrol terhadap peredaran barang yang dijual oleh para *merchant*. Persoalan tanggung jawab *marketplace* semakin kompleks karena regulasi di Indonesia belum secara tegas mengatur batas pertanggungjawaban platform digital terhadap produk palsu. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen lebih banyak mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam perdagangan konvensional. Sementara itu laju perkembangan bisnis digital bergerak jauh lebih cepat dibanding perkembangan regulasinya (Krasilnikova et al., 2022). Hal ini mengakibatkan terdapat kekosongan norma mengenai sejauh mana *marketplace* harus bertanggung jawab ketika konsumen dirugikan akibat membeli produk palsu secara daring.

Praktik penjualan produk palsu di *marketplace* juga menunjukkan adanya lemahnya mekanisme pengawasan digital yang dilakukan oleh platform perdagangan elektronik. Banyak produk imitasi tetap dapat dipasarkan secara bebas meskipun telah dilaporkan oleh konsumen maupun pemegang merek (Satyr et al., 2022). Bahkan pada beberapa kasus yang beredar produk palsu tetap muncul kembali dengan identitas toko yang berbeda setelah dilakukan penghapusan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa sistem pengawasan *marketplace* masih belum efektif dalam mencegah peredaran barang ilegal. Fenomena produk palsu dalam *marketplace* tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga merugikan pelaku usaha resmi dan pemegang hak kekayaan intelektual. Produk palsu yang dijual dengan harga murah menciptakan persaingan usaha tidak sehat karena pelaku usaha resmi harus bersaing dengan barang ilegal yang tidak memenuhi standar produksi maupun pajak perdagangan.

Permasalahan produk palsu di *marketplace* semakin relevan karena tingginya ketergantungan masyarakat terhadap perdagangan elektronik pasca perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Masyarakat kini lebih memilih berbelanja melalui aplikasi digital dibanding toko fisik karena alasan efisiensi waktu dan harga yang kompetitif. Namun pada kenyataan yang lain, tingginya aktivitas transaksi daring justru meningkatkan risiko penipuan, manipulasi produk, dan pelanggaran hak konsumen apabila tidak diimbangi dengan sistem pengawasan hukum yang kuat. Secara yuridis, keberadaan produk palsu dalam *marketplace* juga berkaitan erat dengan pelanggaran hak merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Penjualan barang tiruan tanpa izin merupakan bentuk

pelanggaran terhadap hak eksklusif pemilik merek yang dilindungi oleh hukum. Sehingga *marketplace* tidak hanya berhadapan dengan persoalan perlindungan konsumen, tetapi juga persoalan pelanggaran hak kekayaan intelektual yang memiliki konsekuensi hukum perdata maupun pidana.

Perkembangan *marketplace* di Indonesia menunjukkan adanya pergeseran pola tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi digital. Pada perdagangan konvensional, pihak yang bertanggung jawab umumnya adalah penjual secara langsung. Namun dalam interpretasi sistem *marketplace* digital, terdapat pihak ketiga berupa platform yang memiliki kendali sistem, data transaksi, serta mekanisme pembayaran. Perubahan pola hubungan hukum ini menyebabkan konsep pertanggungjawaban dalam hukum bisnis perlu ditinjau kembali agar sesuai dengan perkembangan teknologi perdagangan modern. Tingginya jumlah pengaduan konsumen mengenai barang palsu di *marketplace* memperlihatkan bahwa perlindungan hukum yang ada belum berjalan optimal. Banyak konsumen mengalami kesulitan ketika mengajukan komplain karena proses penyelesaian sengketa sepenuhnya bergantung pada kebijakan internal platform. Dalam keadaan tertentu konsumen hanya memperoleh pengembalian dana tanpa adanya tindakan tegas terhadap penjual produk palsu. Maka dari itu praktik perdagangan ilegal terus berulang dan merugikan masyarakat secara luas.

Permasalahan produk palsu di *marketplace* juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan platform digital. *Marketplace* umumnya memiliki kekuatan ekonomi, teknologi, dan informasi yang jauh lebih besar dibanding konsumen. Sebaliknya, konsumen hanya dapat menerima syarat penggunaan platform tanpa memiliki ruang negosiasi yang seimbang. Kajian mengenai tanggung jawab *marketplace* menjadi penting karena regulasi perdagangan elektronik di Indonesia masih tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen digital terdapat dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta berbagai turunan peraturan pemerintah mengenai perdagangan melalui sistem elektronik. Namun dalam menghadapi sinkronisasi antar regulasi tersebut masih belum memberikan kepastian hukum yang jelas mengenai tanggung jawab *marketplace* terhadap produk palsu. Kajian mengenai tanggung jawab *marketplace* terhadap penjualan produk palsu juga memiliki urgensi akademik karena perkembangan praktik bisnis digital bergerak sangat cepat dibanding perkembangan kajian hukumnya. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih berfokus pada perlindungan konsumen secara umum, sedangkan pembahasan mengenai posisi *marketplace* sebagai pihak yang turut bertanggung jawab masih relatif terbatas.

2. KAJIAN TEORITIS

Adapun teori yang digunakan dalam kajian ini adalah teori perlindungan konsumen untuk dapat menganalisis tanggung jawab *marketplace* terhadap penjualan produk palsu di Indonesia. Teori perlindungan konsumen berfokus pada upaya memberikan perlindungan hukum kepada konsumen sebagai pihak yang rentan dalam kegiatan perdagangan (Amasiatu et al., 2023). Kaitannya dengan perkembangan perdagangan modern, khususnya perdagangan berbasis digital, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen mengalami perubahan yang sangat signifikan. Konsumen tidak lagi melakukan transaksi secara langsung di toko fisik, melainkan melalui platform elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam ruang digital. Perubahan pola transaksi tersebut memang memberikan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam kegiatan jual beli, tetapi di sisi lain juga meningkatkan potensi kerugian bagi konsumen akibat minimnya kontrol terhadap barang yang dibeli. Konsumen sering kali hanya mengandalkan foto produk, deskripsi barang, rating toko, dan ulasan pengguna lain sebelum memutuskan melakukan pembelian. Situasi ini menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lebih lemah dibanding pelaku usaha maupun *marketplace* sebagai penyedia platform digital.

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan. Pendapat tersebut menegaskan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya berkaitan dengan pemberian ganti rugi setelah kerugian terjadi, tetapi juga mencakup upaya pencegahan agar konsumen tidak menjadi korban praktik perdagangan yang tidak jujur. Jika dihubungkan dengan *marketplace*, perlindungan tersebut dapat diwujudkan melalui pengawasan terhadap produk yang dijual, verifikasi identitas penjual, penghapusan produk palsu, serta pemberian mekanisme pengaduan yang efektif bagi konsumen. Sehingga *marketplace* tidak dapat dipandang hanya sebagai pihak perantara yang bersifat pasif, melainkan juga sebagai bagian dari ekosistem perdagangan digital yang memiliki tanggung jawab moral dan hukum dalam menciptakan transaksi yang aman dan terpercaya.

Teori perlindungan konsumen dalam kajian ini digunakan untuk menilai sejauh mana *marketplace* memiliki kewajiban hukum dalam melindungi konsumen dari peredaran produk palsu pada platform digitalnya. Teori perlindungan konsumen juga digunakan untuk menganalisis apakah regulasi yang berlaku di Indonesia telah memberikan perlindungan yang memadai terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan menggunakan teori perlindungan konsumen, kajian ini akan melihat bahwa perlindungan terhadap konsumen bukan semata-mata menjadi tanggung jawab penjual, tetapi juga melibatkan marketplace

sebagai penyedia sistem elektronik yang memperoleh keuntungan dari setiap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam platformnya. Maka dapat dikatakan keberadaan teori perlindungan konsumen menjadi penting untuk membangun perspektif hukum mengenai perlunya tanggung jawab *marketplace* dalam mencegah dan menanggulangi peredaran produk palsu di Indonesia.

3. METODE KAJIAN

Kajian ini menggunakan metode kajian hukum yuridis normatif, yaitu kajian yang berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum, asas hukum, serta peraturan perundang-undangan (Ivanova, 2025) yang berkaitan dengan tanggung jawab marketplace terhadap penjualan produk palsu di Indonesia. Pendekatan yuridis normatif digunakan karena kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen dan tanggung jawab marketplace dalam transaksi perdagangan elektronik.

Kajian hukum normatif pada dasarnya menempatkan hukum sebagai suatu sistem norma yang digunakan untuk mengatur perilaku masyarakat dalam kehidupan sosial dan bisnis (Rinaldi, 2023). Maka pada kajian ini akan menguraikan berbagai ketentuan hukum yang relevan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini yakni menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, perdagangan elektronik, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam sistem *marketplace* digital. Adapun untuk sumber bahan hukum dalam kajian ini terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek kajian, sedangkan bahan hukum sekunder diperoleh dari buku-buku hukum, jurnal ilmiah, hasil kajian terdahulu, serta pendapat para ahli yang membahas hukum bisnis, perlindungan konsumen, dan perdagangan elektronik. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dengan cara menginventarisasi, mengkaji, dan mengklasifikasikan berbagai literatur yang relevan dengan permasalahan kajian. Setelah itu bahan hukum yang sudah dikumpulkan dianalisis secara deskriptif-analitis menggunakan

metode interpretasi hukum untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bentuk tanggung jawab *marketplace* terhadap penjualan produk palsu di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sirkulasi *marketplace* di Indonesia telah membawa perubahan besar dalam pola perdagangan masyarakat yang kini semakin bergantung pada sistem transaksi digital (Nabilla, 2019). *Marketplace* tidak lagi hanya berfungsi sebagai media penghubung antara penjual dan pembeli, tetapi juga telah menjadi bagian penting dalam ekosistem bisnis modern yang mengendalikan berbagai aspek transaksi, mulai dari sistem pembayaran, promosi produk, hingga mekanisme penyelesaian sengketa. Di tengah pesatnya perkembangan tersebut, muncul persoalan hukum yang semakin kompleks, terutama berkaitan dengan maraknya penjualan produk palsu melalui platform digital. Keberadaan produk palsu dalam *marketplace* tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi, tetapi juga menimbulkan persoalan hukum yang menyangkut perlindungan konsumen, pelanggaran hak kekayaan intelektual, serta tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi perdagangan digital belum sepenuhnya diikuti dengan sistem pengawasan dan perlindungan hukum yang memadai.

Selain persoalan tanggung jawab *marketplace*, keberadaan produk palsu di platform digital juga menunjukkan masih lemahnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Konsumen sering kali mengalami kesulitan membedakan produk asli dan produk palsu karena transaksi dilakukan secara daring tanpa pemeriksaan fisik terhadap barang (Rizqi & Ramli, 2024). Akibatnya tidak sedikit konsumen yang mengalami kerugian akibat menerima barang yang tidak sesuai, berkualitas rendah, atau bahkan membahayakan kesehatan dan keselamatan. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen dalam *marketplace* tidak hanya berkaitan dengan pengembalian dana, tetapi juga menyangkut jaminan keamanan, kepastian hukum, dan tanggung jawab platform dalam menciptakan sistem perdagangan yang aman. Berdasarkan permasalahan tersebut, pembahasan dalam penelitian ini akan difokuskan pada bentuk tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap penjualan produk palsu di Indonesia serta perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran produk palsu dalam marketplace digital.

Bentuk Tanggung Jawab Hukum Marketplace terhadap Penjualan Produk Palsu di Indonesia

Perkembangan *marketplace* sebagai bagian dari perdagangan melalui sistem elektronik telah menciptakan perubahan besar dalam hubungan hukum antara pelaku usaha, konsumen,

dan penyedia platform digital di Indonesia (Muhammad & Suparidho, 2025). *Marketplace* pada dasarnya tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana perantara sederhana yang mempertemukan penjual dan pembeli, melainkan telah berkembang menjadi pengendali sistem transaksi digital yang memiliki kewenangan dalam mengatur mekanisme perdagangan, pembayaran, promosi produk, hingga pengawasan aktivitas penjual. Dalam tataran hukum bisnis sebenarnya posisi *marketplace* menimbulkan konsekuensi hukum berupa tanggung jawab terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam platformnya, termasuk terhadap penjualan produk palsu. Hal ini dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, yang menyatakan bahwa “*Penyelenggara sistem elektronik wajib menyelenggarakan sistem elektronik secara andal, aman, dan bertanggung jawab*”. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa *marketplace* sebagai penyelenggara sistem elektronik memiliki kewajiban hukum untuk memastikan bahwa sistem perdagangan digital yang mereka kelola tidak digunakan sebagai sarana peredaran barang ilegal atau produk palsu yang merugikan konsumen maupun pemegang hak merek.

Tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap penjualan produk palsu juga berkaitan erat dengan ketentuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditegaskan bahwa “*Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan jasa*”. Penjualan produk palsu melalui *marketplace* secara nyata bertentangan dengan hak tersebut karena konsumen tidak memperoleh jaminan mengenai keaslian, kualitas, maupun keamanan barang yang dibeli. Tak dapat dipungkiri *marketplace* sering kali berlindung di balik posisi sebagai pihak ketiga yang hanya menyediakan platform digital tanpa terlibat langsung dalam produksi maupun distribusi barang (Lopatina, 2024). Secara *de facto*, *marketplace* memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi yang terjadi melalui sistem komisi, biaya layanan, iklan produk, dan fitur promosi lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa *marketplace* memiliki keterlibatan ekonomi dan kontrol sistem yang cukup besar dalam aktivitas perdagangan digital, sehingga secara hukum tidak dapat sepenuhnya melepaskan diri dari tanggung jawab atas kerugian konsumen akibat penjualan produk palsu di platform mereka (Rani et al., 2025).

Bentuk tanggung jawab *marketplace* terhadap produk palsu juga dapat dikupas melalui ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Dalam regulasi tersebut ditegaskan bahwa “*Penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik wajib memastikan bahwa informasi produk yang*

diperdagangkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan". *Marketplace* memiliki kewajiban untuk melakukan pengawasan terhadap barang yang dipasarkan melalui platformnya, termasuk memastikan bahwa barang tersebut tidak melanggar hukum, tidak menyesatkan konsumen, dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual pihak lain. Sudah semestinya kewajiban tersebut diwujudkan melalui mekanisme verifikasi penjual, pengawasan produk, penghapusan barang palsu, serta pemberian sanksi terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Namun pada praktiknya masih banyak *marketplace* yang hanya bertindak setelah adanya laporan dari konsumen atau pemilik merek, sehingga pengawasan yang dilakukan bersifat pasif dan belum optimal dalam mencegah peredaran produk palsu secara preventif (Rizkiansyah & Santoso, 2025).

Selain berkaitan dengan perlindungan konsumen, penjualan produk palsu di *marketplace* juga berkaitan dengan pelanggaran hak merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa "*Penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya tanpa izin merupakan pelanggaran hukum yang dapat dikenakan sanksi perdata maupun pidana*". *Marketplace* tidak hanya berhadapan dengan persoalan konsumen, tetapi juga dengan tanggung jawab moral dan hukum terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual. Ketika *marketplace* membiarkan penjualan produk palsu berlangsung secara terus-menerus tanpa pengawasan yang memadai, maka secara tidak langsung platform tersebut telah memberikan ruang bagi terjadinya pelanggaran hak merek dalam perdagangan digital. Bahkan dalam beberapa kasus terdapat algoritma promosi dan fitur rekomendasi *marketplace* yang justru memperluas jangkauan penjualan produk palsu kepada konsumen. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa *marketplace* tidak sepenuhnya bersifat netral dalam sistem perdagangan elektronik, melainkan memiliki kontribusi terhadap distribusi dan eksposur produk yang diperdagangkan melalui platformnya.

Berdasarkan berbagai perspektif ketentuan hukum tadi, dapat dipahami bahwa bentuk tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap penjualan produk palsu di Indonesia tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga dapat berkembang menjadi tanggung jawab perdata maupun tanggung jawab pidana apabila terdapat unsur kelalaian atau pembiaran terhadap aktivitas ilegal dalam platform digitalnya. *Marketplace* pada prinsipnya memiliki kewajiban untuk menciptakan sistem perdagangan elektronik yang aman, transparan, dan bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen serta hak kekayaan intelektual. Maka *marketplace* sudah seharusnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menjalankan fungsi pengawasan secara aktif terhadap produk yang diperdagangkan. Dalam perspektif

hukum bisnis digital, tanggung jawab *marketplace* tidak lagi dapat dipahami secara sempit sebagai penyedia ruang digital pasif, melainkan sebagai bagian penting dari ekosistem perdagangan elektronik yang memiliki kewajiban hukum untuk mencegah terjadinya kerugian konsumen dan pelanggaran hukum dalam transaksi digital di Indonesia.

Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Peredaran Produk Palsu dalam Marketplace Digital

Peredaran produk palsu dalam *marketplace* digital telah menjadi persoalan serius yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara ekonomi, keamanan, maupun kepastian hukum. Dalam praktik perdagangan elektronik (*online shopping*), konsumen berada pada posisi yang lebih rentan dibanding pelaku usaha karena tidak dapat memeriksa kondisi dan keaslian barang secara langsung sebelum melakukan transaksi (Malik, 2025). Fenomena itu menyebabkan konsumen sangat bergantung pada informasi, deskripsi produk, serta sistem pengawasan yang disediakan oleh *marketplace*. Maka perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum dalam transaksi digital. Di Indonesia, perlindungan tersebut secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar terhadap barang yang dikonsumsi. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa negara memiliki kewajiban untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen agar terhindar dari praktik perdagangan yang merugikan, termasuk penjualan produk palsu melalui *marketplace* digital (Glukhova & Nikolaeva, 2025).

Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk palsu pada dasarnya dapat dilihat dari hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa “*Konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang diperdagangkan*”. Penjualan produk palsu melalui *marketplace* jelas bertentangan dengan hak tersebut karena pelaku usaha sering kali memberikan informasi yang menyesatkan dengan menggunakan merek terkenal, gambar asli produk, atau klaim kualitas tertentu untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini mengakibatkan konsumen mengalami kerugian karena barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi maupun informasi yang ditampilkan dalam platform digital. Untuk itu maka perlindungan hukum sejatinya tidak hanya bertujuan memberikan ganti rugi setelah kerugian terjadi, tetapi juga mencegah terjadinya praktik perdagangan yang curang melalui pengawasan dan penegakan hukum yang efektif terhadap pelaku usaha maupun *marketplace* sebagai penyelenggara sistem perdagangan elektronik.

Pandangan lain tentang konsep perlindungan konsumen yakni menjamin perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Dalam regulasi tersebut ditegaskan bahwa “*Penyelenggara sistem elektronik wajib menyelenggarakan sistem elektronik yang aman, andal, dan bertanggung jawab*”. Ketentuan tersebut memiliki makna bahwa *marketplace* sebagai penyelenggara platform digital memiliki kewajiban hukum untuk menjaga keamanan transaksi dan melindungi konsumen dari aktivitas perdagangan ilegal, termasuk penjualan barang palsu. *Marketplace* tidak dapat sepenuhnya melepaskan tanggung jawab dengan alasan hanya bertindak sebagai perantara digital, sebab secara nyata mereka memiliki kontrol terhadap sistem transaksi, verifikasi penjual, pengelolaan data produk, hingga mekanisme pembayaran. Sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen juga menuntut *marketplace* untuk menjalankan pengawasan aktif terhadap produk yang diperdagangkan dalam platformnya agar konsumen tidak menjadi korban praktik perdagangan yang melanggar hukum.

Perlindungan hukum bagi konsumen juga berkaitan erat dengan mekanisme pertanggungjawaban dan penyelesaian sengketa apabila konsumen mengalami kerugian akibat pembelian produk palsu. Dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditegaskan bahwa “*Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian konsumen akibat penggunaan barang yang diperdagangkan*”. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, maupun kompensasi lainnya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Namun dalam praktik *marketplace* digital, proses pengajuan ganti rugi sering kali mengalami hambatan karena identitas pelaku usaha sulit dilacak, adanya sistem transaksi lintas wilayah, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang belum sepenuhnya berpihak kepada konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam aspek pengawasan, penegakan hukum, dan efektivitas penyelesaian sengketa digital. Karenanya negara dan *marketplace* perlu membangun sistem perlindungan konsumen yang lebih responsif, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Dalam perspektif hukum bisnis modern, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *marketplace* digital tidak hanya dipahami sebagai kewajiban normatif negara, tetapi juga sebagai bagian penting dari upaya menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang sehat dan berkeadilan. Konsumen sebagai pihak yang berada pada posisi lemah dalam transaksi digital memerlukan jaminan perlindungan yang konkret agar tidak terus menjadi korban praktik perdagangan curang melalui peredaran produk palsu. Maka diperlukan penguatan regulasi,

peningkatan pengawasan terhadap *marketplace*, penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha nakal, serta peningkatan literasi digital masyarakat agar konsumen lebih cermat dalam melakukan transaksi elektronik. Dengan adanya perlindungan hukum yang efektif, diharapkan tercipta keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, *marketplace*, dan konsumen sehingga perkembangan perdagangan digital di Indonesia dapat berjalan secara aman, adil, dan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak yang terlibat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Marketplace sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik memiliki tanggung jawab hukum yang tidak hanya terbatas sebagai penyedia platform digital, tetapi juga sebagai pihak yang memiliki kontrol terhadap sistem transaksi, distribusi informasi produk, dan aktivitas perdagangan dalam platformnya. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, *marketplace* memiliki kewajiban untuk menciptakan sistem perdagangan yang aman, andal, dan bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen maupun hak kekayaan intelektual. Sehingga *marketplace* wajib melakukan pengawasan aktif terhadap penjual dan produk yang diperdagangkan, termasuk mencegah peredaran produk palsu melalui mekanisme verifikasi, penghapusan produk ilegal, dan pemberian sanksi terhadap pelaku pelanggaran. Apabila *marketplace* lalai atau membiarkan terjadinya penjualan produk palsu secara terus-menerus, maka *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban secara administratif, perdata, bahkan pidana sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.

Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran produk palsu dalam *marketplace* digital merupakan bentuk jaminan negara untuk melindungi hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum dalam transaksi elektronik. Konsumen sebagai pihak yang berada pada posisi lemah dalam perdagangan digital membutuhkan perlindungan yang efektif karena keterbatasan dalam memeriksa keaslian barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan serta memperoleh ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat produk palsu. Maka perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya memerlukan penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang menjual barang palsu, tetapi juga membutuhkan keterlibatan aktif *marketplace* dalam

melakukan pengawasan, penyelesaian sengketa, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Amaliya, L., Dewi, S., Arafat, Z., Asyhadi, F., & Rosidawati, I. (2025). *Marketplace Responsibilities and Sanctions in Cases of Consumer Losses (Futuristic Legal Perspective)*. 2(3), 1–12. <https://doi.org/10.61942/jhk.v2i3.318>
- Amasiatu, I., Amadi-Harry, N., & Okeke, R. C. (2023). Explicating Critical Terminologies in Consumer Protection. *JOURNAL OF BUSINESS AND AFRICAN ECONOMY*. <https://doi.org/10.56201/jbae.v9.no2.2023.pg23.31>
- Andreeva, L. V. (2024). Coordination of interests of participants in digital commodity platforms (marketplaces): legal problems. *Vestnik Universiteta Imeni O. E. Kutafina*, 1(8), 149–157. <https://doi.org/10.17803/2311-5998.2024.120.8.149-157>
- Glukhova, E. V., & Nikolaeva, A. E. (2025). Legal Uncertainty of the “Information Intermediary” Status and Risks of Joint Liability for Marketplaces. *Bezopasnost' Biznesa*. <https://doi.org/10.18572/2072-3644-2025-4-28-32>
- Ivanova, N. (2025). Nature and forms of the being of law: a philosophical and legal interpretation of legal reality. *Analitično-Porivnāl'ne Pravoiznavstvo*. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.06.3.78>
- Kastowo, C., & Christiani, T. A. (2024). The Responsibility of the Brand Owner for Counterfeit Goods. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i21.14800>
- Krasilnikova, E. A., Mayorova, E. A., & Cheglov, V. P. (2022). *Global trends in the development and regulation of e-commerce*. 2, 4–16. <https://doi.org/10.33920/vne-03-2202-01>
- Lopatina, S. V. (2024). Prospects of Marketplaces as Defendants in Civil Proceedings in Disputes with Consumers When Goods Are Sold by a Third Party and the Resulting Problems. *Арбитражный и Гражданский Процесс*, 8–11. <https://doi.org/10.18572/1812-383x-2024-10-8-11>
- Malik, D. M. M. (2025). The Role of Technology in Facilitating Consumer Protection in Commerce. *Journal of Informatics Education and Research*, 5(2). <https://doi.org/10.52783/jier.v5i2.2575>
- Muhammad, A. S., & Suparidho, F. (2025). Legal Basis for the Use of Electronic Media as a Means of Transaction in Indonesia. *Business Management*, 4(4). <https://doi.org/10.58258/bisnis.v4i4.9722>
- Nabilla, S. D. (2019). *Review the development of digital economy in indonesia*. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.31570.91848>
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)
- Putri, H. A. P. H. A., Kharismawati, S. D., & Prastyanti, R. A. (2026). *Legal Aspects of Electronic Commerce Agreements (E-Commerce) from the Perspective of Consumer Protection*. <https://doi.org/10.32664/icobits.v1.94>

- Rani, M., Sibarani, H. A. R., Swastiwi, A. W., & Haryanti, D. (2025). Legal Liability of E-Commerce Site Against Sales of Counterfeit Trademarks Products. *Jurnal Mercatoria*. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v18i1.14193>
- Rinaldi, M. (2023). Operation of Law in Modern Society. *Understanding China*, 65–88. https://doi.org/10.1007/978-981-99-2505-6_4
- Rizkiansyah, M. D., & Santoso, B. (2025). Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 4(3), 1529–1535. <https://doi.org/10.38035/jim.v4i3.1159>
- Rizqi, A. M., & Ramli, M. (2024). E-Commerce Liability to Consumers For the Sale of Black Market Products. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN: 2745-4584)*, 5(01), 482–494. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.5867>
- Satyr, L., Kepko, V., & Stadnik, L. (2022). Counterfeit goods market: the content analytics and methods of consumer protection. *Internauka*, 5(61). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-5-7998>
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Widiarty, W. S., Suwarno, S., Harjono, D. K., & Susanto, H. (2024). Consumer Protection Laws in Indonesian Commercial Transactions: Safeguarding Business Transactions and Consumer Rights. *Journal of Law and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.3099>