BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring laju perekonomian Indonesia yang melaju pesat, berbagai sektor turut merasakan kemajuannya, termasuk teknologi industri dan perdagangan.[1] Diatur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, perdagangan di Indonesia mendapat dorongan positif dari berbagai faktor, salah satunya adalah kemajuan teknologi dan komunikasi berbasis internet, yang dikenal sebagai *E-commerce*.

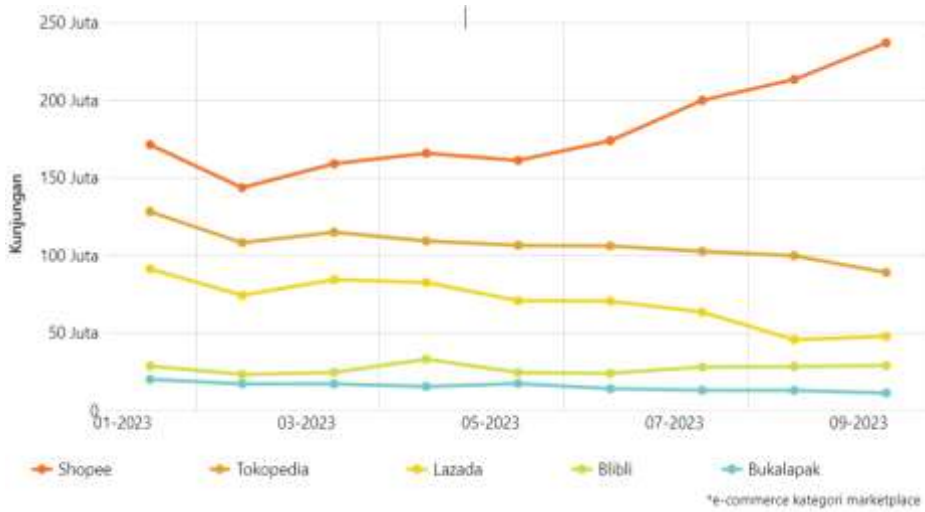
E-commerce, khususnya *E-commerce* Shopee, telah menjadi platform populer untuk berbelanja produk *Fashion*. Di bulan September 2023, Shopee menorehkan prestasi gemilang dengan mencatatkan 237 juta kunjungan situs, melesat 38% dibandingkan awal tahun. Pencapaian ini mengungguli para pesaing utamanya, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak, yang menunjukkan dominasi Shopee dalam industri *E-commerce* Indonesia.[2] Pada posisi ini, telah ditunjukkan bahwa penggunaan *E-commerce* Shopee telah menjadi pilihan utama bagi konsumen jual-beli *online* di Indonesia.

Data Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa persoalan perlindungan konsumen dalam perdagangan digital mempunyai relevansi praktis yang nyata. Dari Januari sampai 30 Juli 2024, BPKN menerima 381 pengaduan dengan total kerugian konsumen yang dilaporkan sebesar Rp202.689.353.631, dan sektor dengan pengaduan terbanyak adalah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Data tersebut tidak menunjukkan bahwa seluruh pengaduan berkaitan dengan Shopee atau white labelling, tetapi dapat

[1] Puslitbang Aptika dan IKP, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia* (Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019), 1, https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230.

[2] Similarweb, "Top Websites Ranking: Most Visited Ecommerce & Shopping Websites in Indonesia," 2023, diakses 21 Januari 2024, https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/.

digunakan sebagai konteks bahwa transaksi melalui sistem elektronik merupakan salah satu sektor yang memerlukan mekanisme pencegahan dan pemulihan konsumen yang efektif. Pada akhir 2024, BPKN juga melaporkan menerima 1.733 pengaduan dari berbagai sektor dengan potensi kerugian sebesar Rp424.256.065.321.[3]



Sumber: Similarweb.com[4]

Pada perkembangan ini, konsumen dimanjakan dengan kemudahan akses, pilihan produk yang berlimpah, dan harga yang relatif murah. Namun, di balik kemudahannya, terdapat pula potensi risiko yang perlu diwaspadai. Keunggulan berbelanja *fashion*, salah satunya di Shopee, antara lain karena hemat waktu, pilihan produk yang *update* dan bervariasi, serta harga yang lebih murah. Konsumen tidak perlu direpotkan dengan pergi ke pusat perbelanjaan dan dapat menemukan berbagai macam produk *fashion* dengan mudah.

Posisi lemah konsumen dalam transaksi *online* di *E-commerce* Shopee membuka peluang manipulasi oleh para pelaku usaha. Pemalsuan informasi produk

[3] Badan Perlindungan Konsumen Nasional, "Kinerja BPKN Semester I - 2024: BPKN Berkomitmen Terus Lindungi Hak-Hak Konsumen," diakses 13 Agustus 2026, https://www.bpkn.go.id/beritaterkini/detail/kinerja-bpkn-semester-i-2024-bpkn-berkomitmen-terus-lindungi-hak-hak-konsumen4; Badan Perlindungan Konsumen Nasional, "BPKN RI Paparkan Catatan Akhir Tahun 2024, Terima 1733 Pengaduan Selama Tahun 2024," 17 Desember 2024, diakses 13 Agustus 2026, https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/bpkn-ri-paparkan-catatan-akhir-tahun-2024-terima-1733-pengaduan-selama-tahun-2024.

[4] Similarweb, "Top Websites Ranking."

dan manipulasi harga marak terjadi demi keuntungan semata hingga merugikan konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *E-commerce* Shopee menjadi penting untuk mencegah mereka menjadi korban dan dirugikan oleh kecurangan para pelaku usaha. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-undang nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Ketiga undang-undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam bertransaksi *online* di Shopee.

Penegakan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjadi kewenangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai otoritas utama, yang bekerja sama dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), serta aparat penegak hukum lainnya. Dengan adanya koordinasi lintas lembaga, diharapkan pengawasan terhadap perdagangan elektronik dapat berjalan lebih efektif dan konsumen memperoleh kepastian hukum.

Transaksi online, khususnya jual beli produk fashion melalui e-commerce, menghadirkan risiko perlindungan konsumen karena konsumen mengambil keputusan berdasarkan informasi elektronik dan tidak selalu dapat memeriksa barang secara langsung sebelum pembelian. Risiko tersebut antara lain berkaitan dengan ketidaksesuaian barang, kebenaran informasi, penggunaan merek, serta mekanisme pemulihan apabila barang tidak sesuai dengan penawaran. Oleh karena itu, hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen perlu ditempatkan sebagai standar yang harus dipenuhi dalam setiap tahap transaksi melalui marketplace.

Beberapa perilaku terlarang yang terjadi pada platform *marketplace* tersebut adalah menimpa produk yang tidak memiliki merek dan dapat dipasangi logo atau merek bisnis oleh pembelinya. Jika ditelaah, hal tersebut sudah umum jauh sebelum adanya *marketplace* seperti sekarang ini, dengan istilah umum berupa *white*

labelling.[5] Namun, posisi lemah pembeli jual-beli barang *online* menjadi babak lain dari persoalan ini. Ketika toko menampilkan *branding* seperti halnya luxury brand, namun pada kenyataaannyamerupakan praktik *white labelling* dari produk yang harganya beberapa kali lipat di bawahnya, hal ini jadi persoalan.

Shopee Mall, platform e-commerce ternama di Indonesia, menawarkan program khusus bagi para penjual terpercaya untuk bergabung menjadi Penjual Shopee Mall. Program ini memberikan berbagai keuntungan, seperti peningkatan visibilitas produk, akses ke fitur eksklusif, dan kepercayaan dari konsumen. Namun, untuk menjadi Penjual Shopee Mall, terdapat persyaratan yang harus dipenuhi, salah satu yang terpenting adalah terkait dengan bukti orisinalitas produk. Persyaratan ini bertujuan untuk memastikan keaslian produk yang dijual di platform Shopee Mall, sehingga konsumen dapat berbelanja dengan aman dan terjamin. Persyaratan tersebut secara jelas diuraikan sebagai berikut:[6]

1) Pemilik Merek/Prinsipal

   a) Definisi: Pemegang hak atas merek yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek secara eksklusif.

   b) Bukti Orisinalitas: Memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang terdaftar di Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Republik Indonesia; atau menyetujui Surat Pernyataan Pendaftaran HAKI di PDKI DJKI Republik Indonesia.

2) Distributor Resmi

   a) Definisi: Pemegang hak distribusi suatu merek untuk mendistribusikan mereknya di wilayah tertentu, yang ditunjuk oleh pemilik merek.

[5] Rosyda Nur Fauziyah, "Apa Itu White Label: Pengertian, Manfaat dan Contohnya," Gramedia Blog, diakses 19 Maret 2024, https://www.gramedia.com/best-seller/white-label/.

[6] Shopee Indonesia, "Bagaimana Cara Daftar Menjadi Penjual Shopee Mall?," Pusat Edukasi Penjual Shopee, 2024, diakses 19 Maret 2024, https://seller.shopee.co.id/edu/article/3533.

b) Bukti Orisinalitas: Surat Pernyataan Resmi Distributor dari Prinsipal/Pemilik Merek; dan HAKI dari Prinsipal/Pemilik Merek terdaftar di PDKI DJKI Republik Indonesia.

3) Retailer Resmi

a) Definisi: Pelaku bisnis yang melakukan penjualan atau perdagangan secara langsung ke pembeli akhir (end user).

b) Bukti Orisinalitas: Surat Penunjukan Resmi Pengecer/Purchase Order/Invoice Resmi/hal lain yang dapat membuktikan orisinalitas produk (contoh: nomor serial produk aktif pada produk Elektronik); Merek Pengecer/Retailer memiliki HAKI Kelas 35 atau Surat Pernyataan Pendaftaran HAKI Kelas 35 di PDKI DJKI Republik Indonesia; dan HAKI dari Prinsipal/Pemilik Merek terdaftar di PDKI DJKI Republik Indonesia.

Pada dasarnya, persyaratan bukti orisinalitas produk di Shopee Mall merupakan salah satu instrumen penting untuk mendukung keaslian produk yang dipasarkan melalui layanan tersebut. Persyaratan dokumen dapat membantu mencegah peredaran produk palsu atau penggunaan merek tanpa hak, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada kualitas pemeriksaan, kesesuaian dokumen dengan produk, pembaruan data, pengawasan berkelanjutan, dan tindak lanjut terhadap pengaduan. Karena itu, persoalan penelitian tidak diletakkan pada asumsi adanya kegagalan verifikasi tertentu, melainkan pada standar hukum yang harus dipenuhi agar sistem verifikasi mampu memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen.

Shopee Mall merupakan layanan dan label komersial yang ditetapkan oleh Shopee dalam ekosistem marketplace-nya. Namun, dari sudut hukum positif, penggunaan label atau keterangan “mall” kini memperoleh relevansi normatif yang lebih jelas melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut mengatur tata kelola label atau keterangan pedagang pada marketplace, termasuk

kewajiban menetapkan kriteria yang jelas, menyediakan mekanisme pembuktian apabila label mengindikasikan hubungan resmi dengan pemilik merek atau pihak tertentu, melakukan verifikasi secara proporsional dan berbasis risiko, menyimpan rekam jejak, serta memastikan label tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 berlaku sejak diundangkan pada 8 Juni 2026 dan mencabut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023.[7]

Dalam konteks tersebut, kebijakan resmi Shopee menyatakan bahwa Penjual Shopee Mall melalui proses seleksi dan bahwa produk yang didaftarkan untuk dijual oleh Penjual Mall harus asli. Persyaratan Layanan Shopee Mall juga memungkinkan Shopee meminta bukti keaslian, antara lain faktur dari produsen, perjanjian distribusi resmi, dan/atau sertifikat keaslian. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif dan tidak memperoleh akses terhadap proses verifikasi internal Shopee pada setiap toko atau produk, penelitian tidak menyimpulkan secara empiris bahwa verifikasi Shopee hanya bersifat administratif. Analisis diarahkan pada ukuran normatif mengenai bagaimana verifikasi seharusnya dilakukan, yaitu secara proporsional dan berbasis risiko, didukung dokumen yang relevan, dapat ditelusuri, dievaluasi, serta ditindaklanjuti apabila terdapat pengaduan atau indikasi pelanggaran.[8]

Berdasarkan paparan latar belakang permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, maka penulis menarik sebuah judul penelitian berupa: "PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE TERHADAP PRODUK WHITE LABELLING ILEGAL DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 7 UNDANG-UNDANG NOMOR 8

---

[7] Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2026 Nomor 367, khususnya Pasal 16 dan Pasal 60, https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/peraturan-menteri-perdagangan-republik-indonesia-nomor-19-tahun-2026-tentang-penyelenggaraan-usaha-perdagangan-melalui-sistem-elektronik.

[8] Shopee Indonesia, "Persyaratan Layanan Shopee Mall," bagian 6.1–6.4, diakses 13 Agustus 2026, https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71190-Persyaratan-Layanan-Shopee-Mall; Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026, Pasal 16 ayat (4)–(6).

TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS PERTANGGUNGJAWABAN SHOPEE MALL)"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan pada bagian latar belakang permasalahan, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas pembelian produk white labelling ilegal melalui Shopee Mall dihubungkan dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apa saja kendala dalam penerapan pertanggungjawaban Shopee Mall terhadap konsumen yang dirugikan akibat pembelian produk white labelling ilegal?
3. Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen ketika mengalami kerugian akibat pembelian produk white labelling ilegal melalui Shopee Mall?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah sebelumnya, dapat dikemukakan apa saja tujuan daripada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas pembelian produk white labelling ilegal melalui Shopee Mall dihubungkan dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui kendala dalam penerapan pertanggungjawaban Shopee Mall terhadap konsumen yang dirugikan akibat pembelian produk white labelling ilegal.
3. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen ketika mengalami kerugian akibat pembelian produk white labelling ilegal melalui Shopee Mall.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan didapatkan daripada penelitian ini, baik secara teoritis maupun secara praktis, harapannya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis pada umumnya, khususnya Perlindungan Hukum Konsumen sehingga dapat dijadikan referensi baru penulisan hingga kebijakan yang akan datang. Terutama mengenai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dilakukan oleh pelaku usaha, kewajiban pengawasan bagi penyedia platform e-commerce, serta penyediaan produk hukum yang benar-benar dapat melindungi konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi masyarakat dan para praktisi mengenai perlindungan konsumen khususnya konsumen di platform e-commerce Shopee.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti untuk membandingkan fokus penelitian yang diteliti dan sudah pernah diteliti oleh orang lain dari segi substansinya, sehingga peneliti tidak mengutip penelitian orang lain. Selain itu penelitian terdahulu digunakan sebagai inspirasi oleh peneliti untuk menggali masalah yang lebih dalam dan berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Ada sejumlah penelitian yang mengangkat perlindungan hukum konsumen sebagai topik utamanya, di antaranya:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	Bagus Hanindyo Mantri, SH (2007), Universitas	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	Penelitian ini mengangkat isu bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Diponegoro Semarang.[9]	Dalam Transaksi *E-Commerce*	1999 dapat melindungi konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce, kedua bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur dalam transaksi e-commerce, ketiga permasalahan yang timbul dalam transaksi e-commerce dan bagaimana mengatasinya Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif dengan pendekatan yuridis normatif, pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani. Berdasarkan pembahasan terhadap hasil penelitian dapat disimpulkan pertama bahwa Undang-undang perlindungan konsumen No. 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah negara Republik Indonesia dan keterbatasan akan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK. Kedua perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Ketiga permasalahan-permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat 2 (dua) permasalahan yaitu pertama permasalahan yuridis, meliputi keabsahan perjanjian menurut KUH Perdata, Penyelesaian sengketa dalam

[9] Bagus Hanindyo Mantri, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," *Law Reform* 3, no. 1 (2007): 11, https://doi.org/10.14710/lr.v3i1.12340.

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
			transaksi e-commerce, UUPK yang tidak akomodatif, tidak adanya lembaga penjamin toko online kedua permasalahan non yuridis meliputi, keamanan bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi e-commerce.
2	Arkia Putri Sarah Belladin (2022), Universitas Islam Sultan Agung (Unissula).[10]	Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju Bekas (Thrift Shop atau Preloved)	Penelitian ini meneliti perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli baju bekas di thriftshop. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah hak konsumen terpenuhi sesuai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana penyelesaian sengketa jika terjadi kerusakan/cacat barang. Penelitian ini menggunakan metode yuridis sosiologis, di mana hukum dikaji sebagai institusi sosial dalam kehidupan nyata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online (Google Form) kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen di thriftshop telah mendapatkan haknya, seperti hak untuk memilih barang, mendapatkan informasi yang benar dan jujur tentang kondisi barang, dan menerima barang yang sesuai.
3	Sannia Faisal Balweel (2022), Universitas Islam Negeri Sunan	Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Produk Kosmetik Ilegal Melalui Marketplace Menurut	Penelitian ini menggunakan teori jual beli, perlindungan hukum, dan perlindungan konsumen berbasis syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa jual beli online di Shopee sah selama sesuai syariat Islam. Shopee melindungi konsumen dengan

[10] Arkia Putri Sarah Belladin, "Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Baju Bekas (Thrift Shop atau Preloved)" (skripsi, Universitas Islam Sultan Agung, 2022).

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Gunung Djati Bandung.[11]	Hukum Ekonomi Syari'ah.	peraturan produk terlarang dan fitur return/refund. Namun, UUPK dan UU ITE belum optimal melindungi konsumen karena kesadaran masyarakat rendah. Jual beli kosmetik ilegal online melanggar kedua undang-undang tersebut dan hukum syariah. Khiyar, hak untuk memilih, sangat diperlukan dalam transaksi Shopee untuk memastikan kepastian hukum konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli kosmetik online di Shopee perlu diperkuat dengan meningkatkan kesadaran masyarakat dan penyempurnaan regulasi. Khiyar yang diterapkan Shopee perlu dioptimalkan untuk memberikan kepastian hukum yang lebih jelas bagi konsumen.
4	Muchammad Shidqon Prabowo dan Dewi Sulistianingsih (2023).	Reformulation of Consumer Protection Legal Policies in the Digital Business Era in Indonesia	Penelitian ini menilai kebutuhan reformulasi kebijakan perlindungan konsumen pada era bisnis digital dan menekankan perlunya perlindungan yang tidak hanya diarahkan kepada produsen, tetapi juga marketplace. Perbedaannya dengan penelitian Dini terletak pada objek yang lebih spesifik: penelitian ini menguji perlindungan konsumen atas produk white labelling ilegal melalui Shopee Mall, menghubungkannya dengan Pasal 7 UUPK, serta membedakan

[11] Sannia Faisal Balweel, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Produk Kosmetik Ilegal melalui Marketplace Menurut Hukum Ekonomi Syariah" (skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
			pertanggungjawaban Penjual Mall dan platform.[12]
5	Alifia Jasmine, Prita Amalia, dan Helitha Novianty Muchtar (2022).	Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional	Penelitian tersebut membahas tanggung jawab marketplace terhadap perdagangan ponsel ilegal dan menunjukkan relevansi kewajiban penyelenggara sistem elektronik. Penelitian Dini berbeda karena objek barang tidak dibatasi pada ponsel, melainkan pada praktik white labelling ilegal dan penggunaan label Mall sebagai faktor yang dapat membentuk kepercayaan konsumen. Analisis juga memasukkan Permendag Nomor 19 Tahun 2026 sebagai regulasi terkini.[13]
6	Andyna Susiawati Achmad dan Astrid Athina Indradewi (2023).	Online Marketplace's Role and Legal Responsibilities on "Official Store" Restrictions to Implement Fair Competition Principle	Artikel ini mengkaji peran dan tanggung jawab marketplace dalam pemberian status official store dari sudut persaingan usaha. Penelitian Dini memanfaatkan kajian tersebut sebagai pembanding untuk menilai konsekuensi yuridis label atau status toko, tetapi fokusnya diletakkan pada hak konsumen, keaslian produk, legalitas merek, tata kelola label Mall, dan pertanggungjawaban atas kerugian konsumen.[14]

[12] Muchammad Shidqon Prabowo dan Dewi Sulistianingsih, "Reformulation of Consumer Protection Legal Policies in the Digital Business Era in Indonesia," *Diponegoro Law Review* 8, no. 1 (2023): 14–24, https://doi.org/10.14710/dilrev.8.1.2023.14-24.

[13] Alifia Jasmine, Prita Amalia, dan Helitha Novianty Muchtar, "Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional," *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378–389, https://doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.378-389.

[14] Andyna Susiawati Achmad dan Astrid Athina Indradewi, "Online Marketplace's Role and Legal Responsibilities on 'Official Store' Restrictions to Implement Fair Competition Principle," *Yuridika* 38, no. 3 (2023): 443–458, https://doi.org/10.20473/ydk.v38i3.47737.

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Fokus, Hasil, dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
7	Alexander Kennedy dan Franciscus Xaverius Wartoyo (2024).	Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM	Penelitian ini menyoroti perlindungan merek pada platform e-commerce dan pentingnya penindakan terhadap pelanggaran merek di ruang digital. Penelitian Dini berbeda karena tidak berhenti pada kepentingan pemilik merek, melainkan menilai dampak penggunaan merek tanpa hak terhadap keputusan konsumen dan menempatkan pelanggaran merek sebagai salah satu parameter untuk mengidentifikasi white labelling yang bersifat ilegal.[15]
8	Angelia Carla Monalisa dan Surahmad (2025).	The Application Analysis of Article 1365-Civil Code Towards The Responsibility of E-Commerce Platforms for Products Sale with Changed Brandings Without Permission	Penelitian tersebut menganalisis kemungkinan tanggung jawab platform berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata dalam penjualan produk dengan perubahan merek tanpa izin. Penelitian Dini memperluas isu tersebut melalui UUPK, hukum perjanjian, hukum merek, regulasi PMSE, kebijakan Shopee Mall, serta membedakan bentuk perlindungan preventif dan represif terhadap konsumen.[16]

Sumber: diolah penulis berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan.

[15] Alexander Kennedy dan Franciscus Xaverius Wartoyo, "Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM," *JIPRO: Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024): 94–119, https://doi.org/10.20885/jipro.vol7.iss2.art1.

[16] Angelia Carla Monalisa dan Surahmad, "The Application Analysis of Article 1365-Civil Code Towards The Responsibility of E-Commerce Platforms for Products Sale with Changed Brandings Without Permission," *Law Development Journal* 7, no. 2 (2025): 144–161, https://doi.org/10.30659/ldj.7.2.144-161.

1. Research Gap (Kesenjangan Penelitian)

Berdasarkan delapan penelitian terdahulu tersebut, terlihat bahwa kajian perlindungan konsumen digital berkembang pada beberapa jalur yang terpisah. Sebagian penelitian menitikberatkan kelemahan UUPK dalam menghadapi perdagangan elektronik, sebagian membahas tanggung jawab marketplace terhadap barang ilegal, dan sebagian lain memusatkan perhatian pada perlindungan merek atau perubahan merek tanpa izin. Belum seluruh penelitian menghubungkan secara terpadu antara perlindungan konsumen, kontrak elektronik, legalitas merek, tata kelola label toko khusus, dan mekanisme pemulihan konsumen dalam satu konstruksi analisis.[17]

Kesenjangan berikutnya berada pada penggunaan istilah white labelling. Literatur pemasaran dan consumer studies menunjukkan bahwa private label atau white label pada dasarnya merupakan model bisnis yang sah dan telah lama berkembang. Karena itu, kebaruan penelitian tidak terletak pada anggapan bahwa seluruh produk white label adalah ilegal, melainkan pada upaya menyusun parameter hukum untuk membedakan praktik yang sah dengan praktik yang disertai penggunaan merek tanpa hak, klaim hubungan resmi yang tidak benar, penyembunyian asal-usul, ketidakpatuhan standar, atau informasi yang menyesatkan konsumen.[18]

Kesenjangan lain berkaitan dengan perkembangan regulasi. Sejumlah penelitian terdahulu terbit sebelum diberlakukannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026. Regulasi ini penting karena secara eksplisit mengatur label atau keterangan pedagang, termasuk label "mall", dan mewajibkan tata kelola dokumen, verifikasi yang proporsional serta berbasis risiko, rekam jejak, pengawasan, evaluasi, dan mekanisme pengaduan. Dengan demikian, penelitian

[17] Muchammad Shidqon Prabowo dan Dewi Sulistianingsih, "Reformulation of Consumer Protection Legal Policies in the Digital Business Era in Indonesia," *Diponegoro Law Review* 8, no. 1 (2023): 14–24, https://doi.org/10.14710/dilrev.8.1.2023.14-24.

[18] Sabina Riboldazzi, Antonella Capriello, dan Drew Martin, "Private-Label Consumer Studies: A Review and Future Research Agenda," *International Journal of Consumer Studies* 45, no. 4 (2021): 844–866, https://doi.org/10.1111/ijcs.12675.

Dini menggunakan kerangka hukum yang lebih mutakhir untuk menilai apakah status Mall hanya merupakan instrumen pemasaran atau juga menimbulkan kewajiban pengelolaan yang dapat diuji secara hukum.[19]

2. Novelty Penelitian (Kebaruan Penelitian)

Kebaruan penelitian ini terletak pada konstruksi pertanggungjawaban berlapis. Penjual Mall ditempatkan sebagai pihak yang bertanggung jawab langsung terhadap produk, legalitas, merek, mutu, dan kebenaran informasi, sedangkan Shopee dianalisis berdasarkan kewajiban yang berada dalam penguasaannya sebagai PPMSE, antara lain tata kelola label Mall, verifikasi, pengelolaan sistem, penyimpanan data, penanganan pengaduan, dan pelaksanaan jaminan layanan. Konstruksi tersebut menghindari dua ekstrem, yaitu membebaskan platform sepenuhnya atau sebaliknya membebankan seluruh kesalahan penjual kepada platform secara otomatis.[20]

Penelitian ini juga menawarkan keterhubungan langsung antara tiga rumusan masalah. Rumusan masalah pertama menilai standar perlindungan berdasarkan UUPK dan hubungan kontraktual; rumusan masalah kedua menguji hambatan pembuktian serta implementasi tanggung jawab pada ekosistem marketplace; sedangkan rumusan masalah ketiga menyusun jalur pemulihan secara bertahap mulai dari mekanisme internal platform sampai penyelesaian sengketa di luar dan melalui pengadilan. Susunan tersebut menjadikan teori perlindungan hukum dan teori perjanjian berfungsi sebagai pisau analisis yang konsisten sejak BAB I sampai BAB IV.[21]

---

[19] Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 16 ayat (1)–(6), https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/peraturan-menteri-perdagangan-republik-indonesia-nomor-19-tahun-2026-tentang-penyelenggaraan-usaha-perdagangan-melalui-sistem-elektronik.

[20] Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace," *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21–27, https://doi.org/10.20961/privat.v8i1.40358.

[21] Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia: Sebuah Studi tentang Prinsip-Prinsipnya, Penanganannya oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 30.

F. Kerangka Pemikiran

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum pada hakikatnya berkaitan dengan fungsi hukum dalam memberikan jaminan terhadap kepentingan dan hak subjek hukum agar tidak dirugikan oleh tindakan pihak lain. Philipus M. Hadjon mengembangkan konsep perlindungan hukum dengan membedakannya ke dalam dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.[22] Literatur hukum Indonesia secara konsisten menggunakan konstruksi Hadjon tersebut untuk membedakan perlindungan yang ditujukan untuk mencegah timbulnya sengketa dengan perlindungan yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa setelah suatu pelanggaran terjadi.

Perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan yang bekerja sebelum terjadinya pelanggaran atau kerugian. Tujuannya adalah mencegah agar hak subjek hukum tidak dilanggar. Sementara itu, perlindungan hukum represif berfungsi setelah terjadi pelanggaran atau sengketa, sehingga orientasinya adalah penyelesaian sengketa, pemulihan hak, pemberian ganti rugi, maupun penerapan konsekuensi hukum terhadap pihak yang melakukan pelanggaran. Pembagian antara perlindungan preventif dan represif tersebut juga telah digunakan dalam kajian perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam konteks perlindungan konsumen, teori perlindungan hukum memiliki relevansi yang kuat karena terdapat potensi ketidakseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha. Kondisi tersebut semakin terlihat dalam transaksi *e-commerce* karena konsumen tidak berhadapan secara langsung dengan penjual dan pada umumnya mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi, gambar, deskripsi, merek, ulasan, dan berbagai keterangan produk yang terdapat pada platform. Kajian Abdul Halim Barkatullah menunjukkan bahwa

[22] Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia: Sebuah Studi tentang Prinsip-Prinsipnya, Penanganannya oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 30.

perubahan transaksi dari transaksi konvensional menjadi transaksi virtual menimbulkan persoalan hukum baru dan membutuhkan perlindungan konsumen yang komprehensif, terutama karena konsumen dapat berada pada posisi tawar yang lebih lemah.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia memperoleh landasan utama melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut sampai saat ini tetap berlaku dan menjadi dasar utama pengaturan perlindungan konsumen di Indonesia. Dalam kerangka penelitian ini, ketentuan tersebut terutama dikaitkan dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, serta kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan hukum preventif dalam transaksi melalui Shopee Mall dapat dianalisis melalui kewajiban untuk menyediakan informasi produk secara benar dan tidak menyesatkan, pemenuhan legalitas barang, kejelasan identitas pelaku usaha, verifikasi terhadap penjual, pengawasan terhadap produk yang dipasarkan, serta tersedianya prosedur transaksi dan pengaduan yang mampu mencegah kerugian konsumen. Dalam penelitian ini, perlindungan preventif menjadi penting karena konsumen pada transaksi elektronik memiliki keterbatasan untuk memeriksa secara langsung keadaan fisik, asal-usul, keaslian, maupun legalitas suatu produk sebelum transaksi dilakukan.

Hal tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan peredaran produk *white labelling* yang dalam penelitian ini dikualifikasikan sebagai ilegal. Perlu ditegaskan bahwa praktik *white labelling* pada dirinya sendiri tidak selalu merupakan perbuatan yang melanggar hukum. Persoalan hukum muncul apabila produk tersebut dipasarkan dengan informasi yang tidak benar, menggunakan merek atau identitas tertentu tanpa dasar hak yang sah, menyesatkan konsumen mengenai asal-usul dan keasliannya, atau tidak memenuhi ketentuan hukum mengenai produk yang diperdagangkan. Oleh karena itu, penelitian harus menitikberatkan pada unsur

ilegalitas dan tindakan yang merugikan konsumen, bukan menganggap seluruh praktik *white labelling* sebagai perbuatan melawan hukum.

Apabila konsumen membeli produk melalui Shopee Mall dengan keyakinan bahwa produk tersebut merupakan produk asli, resmi, atau memenuhi standar tertentu karena informasi dan atribut yang ditampilkan pada platform, maka informasi tersebut memiliki arti penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Apabila pada kenyataannya produk yang diterima tidak sesuai dengan informasi, jaminan, asal-usul, atau legalitas yang ditawarkan, hak konsumen atas informasi yang benar serta hak untuk memperoleh barang sesuai dengan kondisi yang dijanjikan berpotensi dilanggar.

Sementara itu, perlindungan hukum represif diperlukan ketika tindakan preventif tidak berhasil mencegah terjadinya kerugian. Perlindungan represif bagi konsumen dapat diwujudkan melalui pengembalian dana, penggantian barang, kompensasi atau ganti kerugian, penanganan pengaduan, penyelesaian sengketa konsumen, maupun penggunaan mekanisme hukum lain yang tersedia berdasarkan peraturan perundang-undangan. Dalam rezim UUPK, perlindungan konsumen memang tidak berhenti pada pengakuan hak, tetapi juga mencakup tanggung jawab pelaku usaha serta mekanisme penyelesaian sengketa.

Penggunaan teori perlindungan hukum dalam penelitian ini juga diperlukan untuk menganalisis kedudukan Shopee Mall sebagai bagian dari sistem perdagangan elektronik. Pertanggungjawaban platform tidak dapat serta-merta disamakan dengan pertanggungjawaban penjual. Oleh karena itu, analisis harus diarahkan pada kewenangan dan kewajiban yang secara nyata dimiliki oleh platform, antara lain berkaitan dengan verifikasi penjual, pengelolaan sistem, pemberian label atau status tertentu terhadap penjual, pengawasan produk, penyediaan mekanisme pengaduan, dan tindakan yang dapat dilakukan apabila ditemukan pelanggaran.

Teori Perlindungan Hukum digunakan dalam penelitian ini untuk menilai dua dimensi utama. Pertama, perlindungan hukum preventif digunakan untuk

menilai apakah pengaturan, pemberian informasi, sistem verifikasi, pengawasan dan mekanisme transaksi melalui Shopee Mall telah cukup mencegah konsumen membeli produk *white labelling* ilegal. Kedua, perlindungan hukum represif digunakan untuk menilai bentuk pemulihan dan upaya hukum yang tersedia apabila konsumen telah mengalami kerugian.

Teori ini sekaligus digunakan untuk menganalisis apakah pelaksanaan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan perlindungan yang efektif kepada konsumen dalam transaksi melalui Shopee Mall, serta untuk mengidentifikasi kendala dan bentuk upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen apabila perlindungan tersebut tidak berjalan sebagaimana mestinya.

2. Teori Perjanjian

Perjanjian merupakan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan hak dan kewajiban. Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa ketika seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari perjanjian tersebut kemudian lahir suatu perikatan yang mengikat para pihak.[23]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Keabsahan suatu perjanjian ditentukan berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal. Selanjutnya, Pasal 1338 KUH Perdata menegaskan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak dan wajib dilaksanakan dengan itikad baik.[24]

Dalam transaksi *e-commerce*, kesepakatan para pihak dilakukan melalui sistem elektronik, seperti pemilihan produk, persetujuan syarat dan ketentuan,

---

[23] R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, cet. 21 (Jakarta: Intermasa, 2005), 1; Republik Indonesia, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23, pasal 1233 dan pasal 1313.

[24] Republik Indonesia, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23, pasal 1320 dan pasal 1338.

proses *checkout*, serta pembayaran. Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 juga menentukan bahwa kontrak elektronik harus memuat kesepakatan, kecakapan para pihak, objek tertentu, serta objek transaksi yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.[25]

Dalam transaksi melalui Shopee Mall, perjanjian jual beli menimbulkan kewajiban bagi konsumen untuk membayar harga barang dan kewajiban bagi penjual untuk menyerahkan produk sesuai dengan informasi, spesifikasi, merek, kualitas, serta legalitas yang ditawarkan. Informasi dalam kontrak elektronik juga harus sesuai dengan penawaran dan mencantumkan legalitas barang serta prosedur pengembalian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

Apabila produk *white labelling* yang diterima konsumen tidak sesuai dengan informasi atau jaminan yang ditawarkan, penjual dapat dianggap tidak memenuhi kewajibannya dalam perjanjian. Keadaan tersebut dapat menimbulkan wanprestasi dan memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut pemenuhan perjanjian, pembatalan transaksi, penggantian barang, pengembalian dana, atau ganti rugi sesuai dengan kerugian yang dialami.[26]

Teori perjanjian juga digunakan untuk menganalisis kedudukan Shopee Mall. Hubungan hukum dalam transaksi tidak hanya terbentuk antara konsumen dan penjual, tetapi juga dapat timbul antara pengguna dan penyelenggara platform melalui syarat serta ketentuan penggunaan. Pertanggungjawaban Shopee Mall tidak

---

[25] Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843, sebagaimana terakhir diubah dengan *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905, pasal 18 ayat (1); Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420, pasal 50–53.

[26] Republik Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23, pasal 1238, pasal 1243, dan pasal 1267.

serta-merta disamakan dengan pertanggungjawaban penjual, tetapi dinilai berdasarkan kewajiban yang dijanjikan, penguasaan terhadap sistem, proses verifikasi penjual, jaminan keaslian produk, dan mekanisme penyelesaian pengaduan.

Teori perjanjian digunakan untuk menganalisis keabsahan transaksi elektronik, pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak, serta bentuk pertanggungjawaban apabila produk *white labelling* ilegal yang diterima konsumen tidak sesuai dengan informasi atau perjanjian. Teori ini juga menjadi dasar untuk menilai apakah penjual dan Shopee Mall telah menjalankan kewajibannya dengan itikad baik serta memberikan pemulihan yang layak kepada konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG