

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG
IMITASI YANG DIPERDAGANGKAN DALAM *PLATFORM*
MARKETPLACE BLIBLI**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM**

OLEH :

AHMAD KHOIRO

20103040142

DOSEN PEMBIMBING :

PROF. DRS. H. RATNO LUKITO, M.A, DCL.

ILMU HUKUM

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Khoiro

NIM : 20103040142

Jurusan : Ilmu Hukum

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperdagangkan Dalam *Platform Marketplace*” adalah asli, hasil karya saya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri bukan plagiasi apalagi karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 07 Januari 2025

Saya yang menyatakan



A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp features a portrait of a man and the text '10.000 RUPIAH' and 'METERAL TEMPEL'. Below the stamp, the name 'Ahmad Khoiro' is printed.

Ahmad Khoiro

NIM. 20103040142

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

HAL : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Ahmad Khoiro

NIM : 20103040142

Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperdagangkan Dalam *Platform Marketplace*

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata satu dalam Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera di Munaqosyahkan. Atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Januari 2025

Pembimbing



Prof. Drs. H. Ratno Lukito, M.A., DCL.

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-123/Un.02/DS/PP.00.9/01/2025

Tugas Akhir dengan judul : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG IMITASI
YANG DIPERDAGANGKAN DALAM PLATFORM MARKETPLACE BLIBLI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD KHOIRO
Nomor Induk Mahasiswa : 20103040142
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Januari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syaria'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Prof. Drs. H. Ratno Lukito, M.A., DCL.
SIGNED

Valid ID: 679af2454ede9



Penguji I
Annisa Dian Arini, M.H.
SIGNED

Valid ID: 679ae925966d7



Penguji II
Iswantoro, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 679af18175114



Yogyakarta, 24 Januari 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syaria'ah dan Hukum
Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 679b389e02e83

ABSTRAK

Aktivitas jual beli merupakan kegiatan yang selalu terjadi di tengah masyarakat sejak awal eksistensi manusia. Perkembangan yang signifikan dalam media teknologi informasi pada masa kini mendorong banyak pelaku usaha untuk beralih ke internet sebagai *platform* perdagangan. Meskipun telah dibentuk regulasi mengenai teknis penyelenggaraan perdagangan elektronik, nyatanya aturan tersebut masih memiliki kelemahan dalam segi perlindungan hukum dikarenakan para pihak dalam transaksi elektronik baik penjual ataupun pembeli seringkali dirugikan oleh pihak-pihak yang melakukan perbuatan melanggar hukum. Dengan demikian, penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum konsumen atas barang imitasi yang diperoleh dari *marketplace* Blibli dan faktor apa saja yang mempengaruhi masih banyaknya barang imitasi yang diperjual belikan baik *Online* maupun konvensional, serta menambah pengetahuan masyarakat terkait hak dan kewajiban terkhusus konsumen dan pelaku usaha.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang mengkaji ketentuan peraturan yang berlaku serta dampak yang terjadi dampak kenyataannya. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris, dengan menggunakan peraturan dan bahan hukum yang berhubungan dengan perlindungan konsumen atas barang imitasi dalam jual beli di *marketplace* Blibli.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang dapat dilakukan atau diberikan Blibli atas kerugian yang dialami konsumen yaitu pelaku usaha memberikan kompensasi berupa pengembalian dana (*refund*) atau penggantian barang setara nilainya dengan barang tersebut sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dan Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan hak-hak konsumen yaitu; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang tersebut sesuai yang dijanjikan, hak atas Informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Namun terdapat faktor yang mempengaruhi masih banyaknya peredaran barang imitasi yaitu gaya hidup, ekonomi, kurangnya pengetahuan aturan larangan jual beli barang imitasi baik pelaku usaha maupun konsumen, dan kurangnya pengawasan dari pemerintah.

Kata kunci: Perlindungan hukum konsumen, *Marketplace* Blibli, Barang imitasi

ABSTRACT

Buying and selling is an activity that has always occurred in society since the beginning of human existence. Significant developments in information technology media today encourage many business actors to turn to the internet as a trading platform. Although regulations have been formed regarding the technical implementation of electronic commerce, in fact these rules still have weaknesses in terms of legal protection because the parties in electronic transactions, both sellers and buyers, are often harmed by parties who commit unlawful acts. Thus, the research aims to find out how the legal protection of consumers of imitation goods obtained from the Blibli marketplace and what factors influence the large number of imitation goods traded both Online and conventional, as well as increase public knowledge related to the rights and obligations, especially consumers and business actors.

This research is a type of field research that examines the provisions of applicable regulations and the impact of reality in society. This research approach is an empirical juridical approach, using regulations and legal materials related to consumer protection of imitation goods in buying and selling in the Blibli marketplace.

The results of this study indicate that the legal protection that can be done or given by Blibli for losses suffered by consumers is that business actors provide compensation in the form of refunds or replacement of goods equivalent in value to these goods in accordance with Article 1 number 1 of the Consumer Protection Law Number 8 of 1999 is all efforts that ensure legal certainty to provide protection to consumers. And Article 4 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection explains the rights of consumers, namely; the right to choose goods and / or services and get these goods as promised, the right to correct and honest information regarding the condition and guarantee of goods and/or services, and the right to compensation, compensation and/or replacement if the goods and / or services received are not in accordance with the agreement. However, there are factors that influence the circulation of imitation goods, namely lifestyle, economy, lack of knowledge of the rules prohibiting the sale and purchase of imitation goods from both business actors and consumers, and lack of supervision from the government.

Keywords: Consumer legal protection, Blibli marketplace, Counterfeit goods

MOTTO

“Jangan pernah meragukan bahwa anda berharga dan kuat dan pantas mendapatkan setiap kesempatan di dunia untuk mengejar impian Anda”.

(Hillary Clinton)

"Bersyukurlah atas apa yang kamu miliki, tetapi jangan berhenti untuk mencapai yang lebih baik."



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Diri saya sendiri yang sudah berjuang, kuat, dan tak kenal lelah dalam menyelesaikan skripsi ini

Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, memberikan semangat, kasih sayang, motivasi, dan dukungan baik moril maupun materil yang menjadi alasan utama saya dapat menyelesaikan skripsi ini

Keluarga Saya yang selalu memberi penyemangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Almamater saya Program Studi Ilmu Hukum Fakultas syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن هلا بسم

والدين الدنيا امور على نستعين وبه لمين العا رب هلا الحمد .رسول محمدا ان واشهد هلا ال اله ال ان اشهد
هلا .بعد اما اجمعين، وصحبه اله وعلى محمد على وسلم صل اللهم

Segala puji dan syukur senantiasa penyusun haturkan kehadiran Allah SWT., yang senantiasa memberikan berkah, rahmat, hidayah, inayah, serta nikmat iman, islam, ihsan, serta ribuat kenikmatan lainnya yang tak terhingga, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperdagangkan Dalam *Platform Marketplace* (Studi Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW., kepada keluarganya, para shabatnya, tabi’in dan tabi’atnya, serta kepada kita selaku umatnya yang selalu mengharap syafaatnya kelak di akhirat nanti.

Penyusun senantiasa memberikan usaha dan hasil yang terbaik dalam penulisan skripsi ini sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang telah ditetapkan, walaupun mungkin masih terdapat banyak kekurangan namun penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihakpihak terkait yang disebutkan dalam skripsi ini.

Adapun terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak semata-mata berdasarkan peran penyusun saja, namun juga banyak dukungan dari para pihak lain, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu penyusun mengucapkan banyak terimakasih dan apresiasi setinggi-

tingginya kepada semua pihak yang dengan ikhlas telah membantu penyusun dalam menyusun skripsi ini, terutama kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.d.
2. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Prof. Dr. H. Ali Sodiqin, M.Ag.
3. Kepala Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Ibu Nurainun Mangunsong S.H., M.Hum.
4. Sekretaris Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Bapak Syaifullahil Maslul, M.H.
5. Dosen Pembimbing Akademik Sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Prof. Drs. H. Ratno Lukito, M.A., DCL. Yang telah membantu, dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Segenap Bapak dan Ibu Staf Pengajar/Dosen yang telah tulus dan ikhlas membekali serta membimbing penyusun dalam memperoleh ilmu pengetahuan yang bermanfaat, sehingga penyusun dapat menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Orang tua beserta Keluarga besar Bapak Teguh Pribadi dan Ibu Iis Teti K yang tidak pernah berhenti meneteskan peluh, mendoakan, memberikan kasih sayang, memberikan motivasi, serta dukungan moral dan finansial kepada penyusun dan seluruh putra-putranya dalam menggapai cita-cita.

8. Teman-teman prodi terbaikku, Prass, Panjul, Fared, Gus Fardan, Ihzal, Irgi, Taufiq, Fauzi, Haecal, aan, Fahri, Rifan yang selalu berbagi tawa dan menemani penyusun selama 4 tahun masa studi, dan penyusun berharap pertemanan ini akan terus berlanjut sampai akhir.
9. Rekan-rekan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 111 Dukuh Kacangan, Desa Giripurwo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Gunung Kidul, DIY, Kipli, Rifan, Hanif, Piros, Ulin, Alfian, Uul, Muna, Millen, Zizah yang telah mengajarkan arti kekeluargaan dan kekompakan kepada penyusun selama masa KKN.
10. Teman-teman saya yang dirumah bagus, hafidz, alghi, kahfi, unggul, tegar, dhiper, dan yang lainnya tidak dapat saya sebutkan satu persatu turut serta mendukung, memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Arsita Dewi dan Nadhifa Dhiaulhaq, yang juga telah banyak membantu, memberikan semangat motivasi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Narasumber wawancara dalam penelitian skripsi ini, yakni bapak Didik Kus Hermawan, Bapak Dwi Priyono, Bapak Amin Purnomo, dan Bapak Mustaji yang telah memberikan waktu dan informasinya bagi kepentingan penelitian ini
13. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu yang turut serta mendukung dan membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT., memberikan balasan yang terbaik kepada pihak-pihak tersebut di atas yang turut serta membantu proses penyelesaian skripsi ini sehingga menjadi suatu karya ilmiah yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum pidana pada prodi Ilmu Hukum, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin...

Yogyakarta, 7 Januari 2025
Penyusun Skripsi,



Ahmad Khoiro



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan	13
D. Telaah Pustaka	15
E. Kerangka Teori.	27
F. Metode Penelitian.	33
G. Sistematika Pembahasan	38
BAB II 41 TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN, PERJANJIAN JUAL BELI <i>ONLINE</i>, MEREK...41	
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	41
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	41
2. Pengertian Konsumen	46
3. Pengertian Pelaku Usaha	49
4. Asas dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen	51
5. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	53
B. Tinjauan Umum Perjanjian Jual Beli <i>Online</i>	58
C. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha	60
D. Tinjauan Umum Tentang Merek	62
1. Pengertian Merek.	62
2. Tinjauan Tentang Pelanggaran Merek.	64
3. Penyelesaian Sengketa Merek	65

BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG PRAKTIK JUAL BELI DALAM PLATFORM MARKETPLACE BLIBLI, BARANG IMITASI.....	68
A. Gambaran Umum <i>Marketplace</i> Blibli	68
1. Profil BliBli	68
2. Visi, Misi dan Logo BliBli.....	69
3. Jenis Produk Blibli.....	70
B. Mekanisme Penyelesaian Sengketa Barang di Blibli	71
C. Gambaran Umum Tindakan Memproduksi Barang Imitasi Oleh Pelaku Usaha.	73
D. Posisi Kasus Pembeli Yang Dirugikan	79
BAB IV ANALISIS BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS BARANG IMITASI YANG DIPEROLEH MARKETPLACE BLIBLI DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASIH MARAKNYA JUAL BELI BARANG IMITASI DALAM MARKETPLACE MAUPUN KONVENTIONAL	81
A. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperoleh Dalam Jual-Beli Melalui <i>Platform</i> Marketplace Blibli.	81
B. Faktor Yang Mempengaruhi Barang Imitasi Masih Marak Beredar Dan Diperdagangkan Baik Secara <i>Online</i> Maupun Konvensional	103
BAB V 120PENUTUP	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	129
CURRICULUM VITAE	132

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas jual beli merupakan kegiatan yang selalu terjadi di tengah masyarakat sejak awal eksistensi manusia. Perkembangan yang signifikan dalam media teknologi informasi pada masa kini mendorong banyak pelaku usaha untuk beralih ke internet sebagai *platform* perdagangan. Tujuan utama mereka adalah mencapai efisiensi dan produktivitas yang lebih tinggi agar sasaran bisnis dapat tercapai. Kemudahan dan keterjangkauan akses internet menjadi alasan utama mengapa para pelaku usaha memilih internet sebagai media untuk berdagang.

Dampak yang terjadi secara signifikan dari kemajuan teknologi informasi salah satunya adalah pergeseran cara orang berbelanja, dengan belanja *Online* sekarang menjadi bagian penting dari gaya hidup *modern*. Penjualan produk digital memungkinkan masyarakat untuk membeli dan memenuhi kebutuhan finansial. Penjual dan pembeli dapat berkomunikasi satu sama lain dari jarak jauh melalui situs *web* atau aplikasi. Dan keuntungan dari keberadaan web atau aplikasi ini adalah sebagai media untuk mempromosikan produk. Suatu produk yang dipasarkan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya dikenal

di seluruh dunia, hal ini memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antar perusahaan kecil, menengah, dan besar dalam merebut pangsa pasar.¹

Di Indonesia, toko *Online* menjadi populer dalam bentuk *e-commerce* atau *Marketplace*. *Marketplace* adalah tempat berkumpulnya antara pelaku usaha dan konsumen dalam sebuah situs *websote*.² Adanya *e-commerce* atau *Marketplace* mempermudah masyarakat pada kegiatan jual beli yang dilakukan menggunakan sistem *Online*. Tentunya memudahkan masyarakat dalam hal jual beli secara *Online*, ada beberapa alasan mengenai pesatnya perkembangan jual beli secara *Online* seperti :

- a. Pada situs belanja *Online*, harga yang ditawarkan cenderung terjangkau dibanding harga pada umumnya
- b. Pemberian diskon pada produk yang dijual melalui situs belanja *Online*
- c. Para pembeli dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi jual beli
- d. Pelayanan dalam website belanja *Online* relatif lebih cepat
- e. Pembeli dapat menimbang-nimbang terkait harga jual dari toko satu ke toko yang lainnya pada situs belanja *Online* untuk mencari produk yang lebih terjangkau
- f. Dapat menghemat uang transportasi, karena jual beli melalui belanja *Online* dapat dilakukan dimanapun

¹ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), Hlm. 6

² Cita Yustisia Serfiani, Dkk. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013, cet. 2), h.15

Nilai transaksi yang terjadi perdagangan digital atau melalui *marketplace* mencapai Rp533 triliun pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat Rp476 triliun. Bank Indonesia (BI) sebelumnya memperkirakan nilai transaksi *e-commerce* mencapai Rp533 triliun pada tahun 2023. Terbaru, BI memangkas perkiraannya menjadi Rp474 triliun sepanjang tahun 2023. Adapun nilai transaksi *e-commerce* diprediksi tumbuh 2,8% menjadi Rp487 triliun pada tahun 2024 dan 3,3% menjadi Rp503 triliun pada tahun 2025.³ Pengguna *e-commerce* di Indonesia diprediksi dapat meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada tahun 2024.

Sejalan dengan hadirnya *e-commerce* telah ada inovasi dengan berbagai aplikasi, yang memberikan ruang bebas di setiap terjadinya transaksi perdagangan sehingga konsumen lebih mudah dan cepat untuk konsumsi barang yang telah dipasarkan.⁴ Berbagai fasilitas yang disediakan *Marketplace* yaitu metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur lainnya. Beberapa contoh *Marketplace* terbesar di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli ID, dan lain sebagainya. Sepanjang tahun 2023, Shopee adalah *Marketplace* dengan jumlah kunjungan situs tertinggi di Indonesia, berdasarkan data *SimilarWeb*. Dari Januari hingga Desember 2023, situs Shopee menerima sekitar 2,3 miliar kunjungan, sedangkan Tokopedia menerima sekitar 1,2 miliar kunjungan, Lazada

³ Kemendag, “Kemendag Ramal Transaksi *E-commerce* di RI Tembus Rp533 Triliun”, 2024, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-ramal-transaksi-e-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun>, diakses pada 13 Agustus 2024

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017, cet. 10), h. 37.

menerima 762,4 juta kunjungan, dan BliBli menerima 337,4 juta kunjungan, dan Bukalapak menerima 168,2 juta kunjungan.⁵

Besarnya kuantitas penggunaan internet saat ini khususnya dalam perdagangan elektronik di Indonesia berpengaruh juga pada peningkatan kebutuhan masyarakat di berbagai bidang, khususnya pada bidang ekonomi. Dari segi ekonomi, dengan adanya pemanfaatan media internet yang dilakukan baik secara perorangan maupun perusahaan untuk menjalankan bisnisnya yang berimpact secara signifikan dalam hal jual beli. Dengan adanya penggunaan internet yang tumbuh pesat, membuat peluang yang cukup menjanjikan dan menguntungkan dalam hal jual beli. Transaksi jual beli menggunakan media internet disebut *e-commerce*.⁶

Bersamaan dengan kemajuan teknologi yang dengan bebas dan mudahnya mendapatkan akses ke internet, dikhawatirkan terjadi ketidaksesuaian antara dunia maya dan realita dalam upaya menyelenggarakan kegiatan perdagangan yang sesuai dengan etika dan norma. Oleh karena itu, diperlukan suatu metode untuk melindungi hak para pihak. Maka perlindungan hukum terhadap konsumen keberadaanya sangat penting demi meminimalisir adanya ketidakpuasan konsumen karena timbulnya kerugian.⁷

⁵ Adi Hidayat, “5 *E-commerce* dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>, artikel diakses pada 15 Agustus 2024

⁶ Desi Sommaliagustina, “Perlindungan Hukum Terhadap *E-commerce* di Indonesia”, (jurnal Ilmu Hukum, Vol. 3 No. 2, 2018), hlm 48

⁷ Edmon makarim, *Pengantar Hukum Telematika suatu Kompilasi Kajian*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005), hal 91

Sebab para pelaku usaha yang bebas berdagang di internet dan dalam rangka mengejar produktifitasnya terkadang kurang memperhatikan hak-hak konsumen sebagai penikmat barang yang dibelinya, pada akhirnya konsumenlah yang paling banyak menanggung bebannya karena dalam jual beli tersebut konsumen menaruh kepercayaan yang besar pada penjual.⁸

Beberapa masalah yang timbul pada perdagangan *Online* adalah seperti tidak sesuai barang yang diterima dengan yang ditawarkan, adanya perbedaan kualitas barang yang diterima, cacat pada barang, dan keaslian dari barang tersebut serta permasalahan lainnya.⁹ Konsumen menghadapi banyak masalah dalam kondisi seperti ini karena perdagangan elektronik bebas lintas negara, tidak ada lagi batas negara. Di Indonesia, hak-hak konsumen dalam perdagangan elektronik masih kurang dilindungi oleh hukum. Dengan demikian, pemerintah dan lembaga terkait harus semakin mengharmonisasi hukum dalam upaya melindungi hak para pihak.

Menurut Pasal 4 Huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selanjutnya, Menurut Pasal 4 Huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen yang dirugikan akibat menerima

⁸ Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas, dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Mandar Maju, Bandung, 2000), hlm. 33

⁹ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, (FH UII Press, Yogyakarta, 2003), hlm. 63.

barang tidak sesuai memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kemudian Dalam pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membahas mengenai kewajiban pelaku usaha, beberapa diantaranya yaitu pelaku usaha wajib beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Dalam kaitan ini, perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan harmonisasi hukum dan kerjasama institusi-institusi penegak hukum.¹⁰ Berdasarkan Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sendiri sudah dengan jelas mengatur adanya beberapa hak yang dapat diterima konsumen setelah memperoleh barang atau jasa yang dibelinya, hak konsumen antara lain :¹¹

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Selain itu pada Pasal 6 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sudah dengan jelas mengatur adanya beberapa hak yang dapat diterima hak pelaku usaha, hak pelaku usaha antara lain :

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian sengketa konsumen;
4. hak rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan-undangan lainnya.

Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian mungkin pula menarik perhatian banyak orang yaitu fenomena peredaran produk-produk tiruan atau imitasi. Dalam pembelian seperti sepatu, tas, dan jam tangan sendiri seakan-akan sudah menjadi keharusan sebagai pendukung tampilan *fashion* pada lingkungan sosial. Harganya terjangkau dan sesuai dengan kemampuan finansial individu, sangat mudah digunakan dan sangat fleksibel. Selain itu, produsen barang imitasi dapat ditemukan di berbagai tempat, dan untuk meningkatkan penjualan, bahkan nama merek asli juga ditiru. Terlepas dari legal dan ilegalnya model jual beli semacam ini, dapat dilihat dengan jelas bahwa tempat-tempat baik toko konvensional maupun toko dalam *platform e-commerce* produk tiruan atau imitasi tidak pernah sepi dari kegiatan transaksi jual beli.

Dalam hal tersebut pelaku usaha mendapat keuntungan karena barang imitasi yang dijual ke banyak konsumen yang membelinya, sedangkan dari pihak pemilik merek dan konsumen pasti dirugikan karena pedagang tersebut telah menjual barang-barang imitasi tersebut kepada konsumen. Merek yang sama pada pokoknya untuk barang yang tidak sejenis dapat merugikan Pemilik Merek dan Masyarakat sebagai Konsumen, Pemilik Merek akan dirugikan karena pemboncengan merek yang sudah terkenal dan masyarakat konsumen akan terkecoh atas keberadaan merek yang sama pada pokoknya

tersebut tetapi untuk barang yang tidak sejenis.¹² Merek ini digunakan sebagai identitas atau tanda untuk membedakan produk yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu badan hukum dengan produk yang dihasilkan pihak lain. Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk bagi barang maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya.

Sehingga sampai saat ini, bisnis di Indonesia dapat menemukan produk dengan merek asing dan terkenal. Untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, beberapa orang menggunakan metode untuk meniru merek asing dan terkenal (*wellknown mark*) tersebut. Ini termasuk dalam kategori mengambil reputasi toko merek asing dan merek terkenal yang produknya bukan bagian dari merek tersebut. Kegiatan mengambil ikut reputasi suatu merek biasanya disebut sebagai *passing off*.¹³ Selain itu, kepopuleran produk merek terkenal seringkali dimanfaatkan beberapa oknum pelaku usaha yang menjual produk merek tersebut dengan *passing off* melalui *platform e-commerce*.¹⁴ Merek dagang seperti yang diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis berguna untuk

¹² Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Pustaka Yustisia, Yogyakarta 2011), hlm 38

¹³ Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hal. 36

¹⁴ Yashara Agidira Sembiring G, etc., “Aspek Hukum Penjualan Produk *Co-branding* secara tanpa Hak pada loka Pasar (*E-commerce*) berdasarkan Legislasi di Indonesia”, (Jurnal Reformasi Hukum, Vol. XXVI No.1 Tahun 2022), hlm. 82

menunjukkan asal dari barang tersebut (*Indication of Origin*) dan menunjukkan tanda serta ciri khas dari sebuah produk.¹⁵ Merek-merek terkenal yang dimanfaatkan pada saat ini sudah mulai banyak beredar di kalangan masyarakat karena menjanjikan keuntungan yang besar dan berkali-kali lipat dibandingkan dengan menggunakan mereknya sendiri.

Mengacu pada Pasal 22 ayat (1) PP Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang berbunyi :

“Dalam PMSE terdapat konten informasi elektronik ilegal, maka pihak PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri serta Penyelenggara Sarana Perantara bertanggung jawab atas dampak atau konsekuensi hukum akibat keberadaan konten informasi elektronik ilegal tersebut.”

Hal ini menjelaskan bahwa pihak *e-commerce* pada dasarnya bertanggung jawab atas konten informasi elektronik ilegal seperti halnya konten penjualan barang tiruan. Pihaknya akan dimintai pertanggung jawaban atas dampak atau konsekuensi hukum akibat keberadaan suatu konten informasi elektronik ilegal. Berdasarkan fakta atau realitas yang terjadi bahwa tingkat kepuasan pembeli atau konsumen saat ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang digunakan, tetapi juga oleh kepuasan masyarakat terhadap penggunaan merek yang populer. Tidak jarang dalam kehidupan sosial warga terdapat asumsi bahwa merek barang dan jasa yang digunakan dapat menunjukkan status sosial orang yang memakainya. Pengusaha yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan keadaan ini,

¹⁵ Semaun S, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa”, (Jurnal Hukum Diktum, Vol 14 No 1, 2016), hlm 107-109

membuat banyak konsumen tertipu dengan memakai barang dan jasa yang sama, tetapi dengan kualitas yang berbeda.

Contoh kasus *pertama* yang terjadi yaitu konsumen atas nama Johny Irawan Pada bulan Agustus 2022, karna konsumen tersebut tertarik dengan produk jam tangan Swatch x Omega Mercury di *Marketplace* Blibli.¹⁶ Kebetulan barang tersebut cukup hype saat itu, sulit didapat dan harga yang ditawarkan sedikit di atas harga *retail* (di mana ini normal). Serta banyaknya testimoni yang menyatakan bahwa barang yang dijual adalah original. kemudian memutuskan untuk membeli produk tersebut dengan harga Rp4.370.000,00 di invoice terlampir. Harga tersebut sedikit di atas harga retail dari Swatch dan bukan harga yang miring, Barang tersebut ternyata dikirim dari Hong Kong (*Sport_Pro*). konsumen tidak terlalu mempermasalahkan, karena konsumen pikir sudah begitu banyak testimoni positif dan yang penting dijual melalui Blibli. Setelah setahun pakai, jarum panjang jam tersebut tiba-tiba tidak jalan, tapi jarum yang pendek jalan. kemudian membawanya ke Swatch di Summarecon Mal Serpong (SMS) untuk diservis. Namun diinformasikan bahwa produk ini palsu, kemudian konsumen tersebut mengajukan komplain ke Blibli bahwa barang pembeliannya dari *website* tersebut adalah palsu. Tidak lama kemudian, mendapatkan email bahwa *Refund* ditolak dengan alasan sudah melebihi batas waktu 15 hari dari pihak *marketplace* Blibli.

¹⁶ <https://mediakonsumen.com/surat-pembaca/jam-tangan-palsu-dari-penjual-di-blibli>, diakses pada 17 Agustus 2024

Disinilah titik permasalahan yang kerap terjadi berdasarkan contoh kasus diatas menunjukan bahwa pengawasan terhadap pelaku usaha dalam memperdagangkan barang/produk khususnya *fashion* melalui *platform Marketplace* masih banyak beredar. Dalam hal ini pemerintah seperti lembaga perdagangan baik pusat maupun daerah memiliki peran penting sebagai pengawasan dalam pencegahan barang imitasi yang diperdagangkan melalui *platform Marketplace*, namun hal tersebut masih kerap terjadi. Seiring dengan meningkatnya ketidakpuasan atau ketidakadilan yang dialami konsumen dan kelalaian pelaku usaha dalam belanja *Online*, hal ini dapat menciptakan kesenjangan antara ketentuan perundang-undangan dan realitas di masyarakat, dan tidak ada tanggung jawab dari pihak penjual serta konsumen juga tidak bisa berbuat jauh selain menerima barang tersebut. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha diharapkan untuk konsisten mematuhi kewajibannya sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dengan payung hukum yang kuat, semua pihak yang terlibat diharapkan akan memperoleh manfaat dan menjalankan kewajiban mereka dengan penuh tanggung jawab. Sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi pelanggan, pelaku usaha harus mengetahui tanggung jawab mereka dalam melakukan perdagangan melalui *platform e-commerce*. meskipun demikian, tidak berarti penjual secara bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi peraturan yang berlaku, banyak kasus barang atau produk yang terjadi di *Marketplace* menunjukkan lemahnya posisi pelanggan dalam jual beli *Online*.

Konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar terkait barang yang akan dibeli.¹⁷

Berdasarkan peristiwa atau kasus yang telah dipaparkan sebelumnya, penyusun tertarik dan merasa perlu untuk mengkaji, menganalisis lebih dalam lagi terkait permasalahan ini, yang akan diangkat dalam penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG IMITASI YANG DIPERDAGANGKAN DALAM *PLATFORM MARKETPLACE* BLIBLI”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen atas barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli di *Marketplace* Blibli ?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkan baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui, menjelaskan bentuk perlindungan konsumen atas penolakan *refund* terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli di *marketplace* Blibli

¹⁷ Acep Rohendi, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional”, (*Ecodemica* Vol III, No. 2 2015), h. 486

- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi barang imitasi masih diperjual belikan baik dalam *platform marketplace* maupun konvensional.

2. Kegunaan Penelitian.

Dalam penelitian ini, penyusun berharap penelitian ini memiliki sejumlah kegunaan yang dapat diperoleh, diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis.

Manfaat teoritis dari dilakukannya penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan yang lebih dalam lagi bidang hukum, khususnya dalam hukum perdata mengenai bagaimana implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam mengatur tindakan perbuatan melawan hukum bagi pelaku usaha berupa memproduksi atau menjual barang imitasi melalui *platform marketplace*.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dasar bahan pertimbangan, menambah pengetahuan masyarakat dalam kesadarannya baik memperoleh hak-hak sebagai konsumen dan produsen maupun kewajiban kedua belah pihak dalam bertransaksi *Online* menurut Undang-Undang yang berlaku.

D. Telaah Pustaka

Setelah dilakukan penelusuran dari berbagai literatur terkait dengan tema “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperdagangkan Dalam *platform Marketplace*”, ditemukan beberapa karya hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan tema yang akan diangkat, akan tetapi tidak ada yang secara spesifik sama membahas dengan tema yang sama. Beberapa karya tersebut antara lain :

1. Berdasarkan penelitian yang ditulis oleh Kharisma Rafi'ani dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Mengenai Diskon Palsu Dalam Bertransaksi Elektronik”.¹⁸ Pada penelitian tersebut membahas mengenai perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen terhadap diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui transaksi dalam *e-commerce* dan juga untuk mengetahui bagaimana kekuatan hukum perjanjian baku yang ada dalam bertransaksi elektronik melalui *e-commerce* jika terjadi diskon palsu yang dapat merugikan konsumen. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Bilibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

¹⁸ Kharisma Rafi'ani, “Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Mengenai Diskon Palsu Dalam Bertransaksi Elektronik”, Jurnal Sapientia et Virtus| Volume 8 Nomor 2, 2023.

2. Skripsi yang ditulis oleh Widi Wiranti dengan judul skripsi “Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi *Online*.”¹⁹ Dalam skripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen atas hak informasi masih belum sepenuhnya berjalan sebab UUPK belum dapat diimplementasikan secara sempurna. Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang begitu jelas pada produknya sehingga semata-mata mencari keuntungan sendiri. Juga, penyelesaian kerugian yang dialami konsumen diselesaikan melalui di luar jalur pengadilan serta banyak konsumen mengalami kerugian dan berujung menuntut ganti rugi pelaku usaha. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nurlaeni Faizal dengan judul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Di PT. Shopee Internasional Indonesia”.²⁰ Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa (1) Praktik jual beli yang digunakan di

¹⁹ Widi Wiranti, “Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi *Online*”, Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2020

²⁰ Nurlaeni Faizal, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Di PT. Shopee Internasional Indonesia”, Skripsi : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Tahun 2019.

Marketplace Shopee yakni menggunakan sistem transaksi B2C (*Business to Consumer*) dan C2C (*consumer to consumer*). (2) Tanggung jawab dalam perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan shopee sebagai *Marketplace* berkaitan dengan terjadi wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang disebabkan oleh pelaku usaha maka beban pertanggung jawabannya di tanggung oleh pelaku usaha dengan mengacu kepada kontrak yang para pihak sepakati. Perlindungan yang diberikan shopee adalah sebatas pengawasan, regulator, fasilitator, pencarian solusi, dan pengambilan keputusan wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang terjadi. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

4. Penelitian dilakukan oleh Nike Fitriani dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli *Online* Dalam Hal Terjadinya Kerugian”.²¹ Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi jual beli *Online* dengan menegakkan hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-

²¹ Nike Fitriani, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli *Online* Dalam Hal Terjadinya Kerugian”, (Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora), 2023 Vol 1 no 2, hal. 1-25

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak seperti pemerintah, badan perlindungan konsumen nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yaitu litigasi dan non litigasi. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

5. Penelitian dilakukan oleh Verlia Kristiani dan Elfrida Ratnawati Gultom dengan judul “Pelanggaran Hak Merek Terkenal Pada *E-commerce* Di Tokopedia”.²² Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan hukum Positif terhadap pelanggaran merek terkenal di Indonesia sudah diatur jelas pada Perundang-undangan dan pelayanan Pelaporan Pelanggaran Kekayaan Intelektual di *Platform* Tokopedia. Maka dengan adanya hal tersebut, segala pihak dapat melakukan tindakan untuk pencegahan maraknya pelanggaran hak merek khususnya merek terkenal di *Platform* Tokopedia. Sedangkan

²² Verlia Kristiani dan Elfrida Ratnawati, “Pelanggaran Hak Merek Terkenal Pada *E-commerce* Di Tokopedia”, Jurnal Ilmiah Advokasi Vol 11 No. 02, 2023

yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

6. Skripsi disusun oleh Ridho Ardiansyah dengan judul “Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Pada Situs Jual-Beli *Online* Lazada”.²³ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam hal ini penjual dan Lazada telah melakukan perbuatan melawan hukum dalam praktik jual-beli *Online*. Para penjual berbuat kesalahan dengan melanggar tata cara beriklan sesuai peraturan perundang-undangan yang mengakibatkan kerugian materiil bagi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan suatu alternatif penyelesaian sengketa konsumen diluar peradilan umum yang menyangkut pelanggaran pemenuhan hak konsumen atau pelaku usaha. Konsumen yang hak konsumennya tidak dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai perlindungan konsumen, dapat menuntut di BPSK. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di

²³ Ridho Ardiansyah, “Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Pada Situs Jual-Beli *Online* Lazada”, (Skripsi S-1, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020)

Marketplace Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

7. Skripsi yang ditulis oleh Andi Pratama dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.²⁴ Hasil Penelitian ini adalah Ada 2 bentuk perlindungan hukum yaitu bentuk perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum refresif, konsumen dapat meminta ganti rugi secara damai di luar pengadilan. Selain di luar pengadilan, konsumen juga dapat meminta ganti rugi melalui jalur pengadilan dengan cara pengajuan gugatan ke pengadilan. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Evan Dori, Jeremia Baransano, dkk dengan judul “Perbuatan Melawan Hukum Dalam Kegiatan Jual-Beli

²⁴ Andi Pratama, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (Skripsi S-1, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, 2018).

E-commerce Berdasarkan Hukum Perdata".²⁵ Hasil penelitian tersebut Perbuatan Melawan Hukum, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1365 KUHPerdata, mengindikasikan bahwa tindakan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian bagi orang lain akan mengharuskan pelaku bertanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut. Dalam konteks *E-commerce*, tidak dapat diabaikan kemungkinan adanya pelanggaran hukum yang dilakukan oleh salah satu atau kedua belah pihak, dan perbuatan melawan hukum dalam transaksi jual beli *E-commerce* harus diselesaikan dengan kesepakatan dari kedua belah pihak agar tidak ada kekosongan hukum yang dapat menyebabkan kerugian yang lebih besar. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Vera Wheny Setijawati Soemarwi, dan Yudith Ridzkia dengan judul "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan BPOM Nomor

²⁵ Evan Dori, Jeremia Baransano, Jevon Alana Ibran Daeli, Dian Mulyana, Ilham Indra Mulya, "Perbuatan Melawan Hukum Dalam Kegiatan Jual-Beli *E-commerce* Berdasarkan Hukum Perdata", Jurnal Panorama Hukum, Vol 8 No 2, 2023

23 Tahun 2019”.²⁶ Pada penelitian tersebut membahas tentang keberadaan UU Perlindungan Konsumen merupakan produk hukum yang dibuat oleh lembaga legislatif untuk memastikan bahwa hukum melindungi serta menetapkan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Masalah yang sedang hangat diperbincangkan adalah peredaran produk kosmetik palsu yang berbahaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam peredaran kosmetik berbahaya diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, UU Kesehatan, Peraturan Menteri Kesehatan, Peraturan BPOM, dan peraturan teknis terkait. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Bilibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Agung Wicaksono, dkk dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penjualan Set Top Box Palsu di *E-commerce*”.²⁷ Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa Jika konsumen menerima barang palsu, pemilik usaha dapat

²⁶ Vera Wheny Setijawati, Yudith Ridzkia, “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019”, (JURNAL RECTUM, Vol. 5, No. 1, 2023)

²⁷ Agung Wicaksono, Muhammad Ra’uf Kurniawan, Nisha Mafazati Indah Eka Pratiwi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penjualan Set Top Box Palsu di *E-commerce*”, (Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, Vol. 4 No. 2, 2024)

dikenakan sanksi. Perlindungan hukum untuk konsumen diatur dalam Undang-Undang Hak Konsumen, yang mencakup hak atas informasi yang benar. Pedagang juga menghadapi sanksi administratif atau pidana terkait perdagangan barang palsu. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

11. Penelitian dilakukan oleh Atha Raihan Azayaka dan Eko Wahyudi dengan judul “Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara *Online*”.²⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang telah mengalami kerugian akibat dari produk skincare tanpa izin edar dapat menempuh upaya hukum melalui pengadilan atau diluar pengadilan. Namun perlindungan hukum ini masih kurang dimanfaatkan konsumen jika terjadi permasalahan, sehingga UUPK ini menjadi kurang efektif, karena pemberian ganti kerugian dilakukan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah transaksi. Apabila ketentuan ini dipertahankan, maka konsumen yang mengalami kerugian, akan sulit untuk mendapatkan perlindungan. Hal ini dikarenakan dampak negatif penggunaan

²⁸ Atha Raihan Azayaka dan Eko Wahyudi, “Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara *Online*”, (Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur: JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL, Vol.2, No.2, 2023)

skincare dapat timbul setelah tujuh hari. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

12. Penelitian dilakukan oleh Muhammad Ikawanul Kirom dengan judul “Hukum Fake Review Dalam Transaksi Jual Beli *Online* (Studi Toko *Online* Shopee Arina_Fashion2).²⁹ Hasil menunjukkan bahwa "*fake review*" melanggar beberapa ketentuan dalam UU ITE, termasuk pasal-pasal yang mengatur penggunaan informasi dengan iktikad baik dan kewajiban penyediaan informasi yang benar. Selain itu, dalam konteks KUH Perdata, praktik ini menimbulkan cacat dalam unsur kesepakatan yang dapat menyebabkan batalnya perjanjian jual beli. Oleh karena itu, penjual yang melakukan "*fake review*" wajib bertanggung jawab untuk mengganti kerugian konsumen sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di Indonesia. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang

²⁹ Muhammad Ikawanul Kirom, *Hukum Fake Review Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Toko Online Shopee Arina_Fashion2)*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan, 2024)

menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

13. Penelitian dilakukan oleh Muhammad Khadafi dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* (Studi Kasus *E-commerce* Melalui Sosial Media Instagram)”.³⁰ Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sengketa antara konsumen dan pelaku usaha selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang tersebut tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen. Dengan kata lain sulit untuk menggugat pelaku usaha *e-commerce* karena sulit dijangkau. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

14. Penelitian dilakukan oleh Dinar Aisyah Pratiwi dan Rina Arum Prastanti dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

³⁰ Muhammad Khadafi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*” (Studi Kasus *E-commerce* Melalui Sosial Media Instagram), (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016)

Atas Barang Tiruan Yang Marak Dijual Di *E-Commerce*”.³¹ Dalam penelitian membahas mengenai Fenomena perdagangan Online melalui platform E-commerce telah merajalela di berbagai negara, dampak dari kemudahan ini juga mencakup penyebaran produk tiruan atau kw yang merugikan konsumen dan produsen asli merek tersebut. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha berhak bertanggungjawab pada konsumen atas barang tiruan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

15. Penelitian dilakukan oleh Natasya Milenizha Irianti dan I Made Sarjana yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu Dalam Jual Beli Melalui *E-Commerce*”.³² Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen terkait informasi palsu dalam jual beli melalui *e-commerce* secara eksplisit sudah diatur dalam UU Perdagangan, UU ITE dan UU

³¹ Dinar Aisyah Pratiwi dan Rina Arum Prastyanti, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Yang Marak Dijual Di *E-Commerce*”, (JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA Vol.2, No.1, 2024)

³² Natasya Milenizha dan I Made Sarjana, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu Dalam Jual Beli Melalui *E-Commerce*”. (Jurnal Kertha Semaya, Vol. 10 No. 1 Tahun 2021)

Perlindungan konsumen. Sedangkan yang membedakan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas *refund* ditolak terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

E. Kerangka Teori.

Kerangka teori diperlukan sebagai pelaksanaan kelangsungan penelitian yang bertujuan untuk pemecahan serta mengidentifikasi suatu masalah yang akan diteliti dengan cara membuktikan teori dan menjelaskan pertanyaan-pertanyaan yang telah tercantum pada rumusan masalah :

1. Teori Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen ini memiliki unsur-unsur di dalamnya yang terbentuk dari pola hubungan perlindungan konsumen, unsumnya itu sendiri adalah konsumen, pelaku usaha, dan barang dan/atau jasa.

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan menjadi dua aspek, yaitu:³³

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.

³³ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, (Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993), hlm. 152.

- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Ada beberapa prinsip yang berangkat dari doktrin dan teori yang muncul dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, akan tetapi peneliti memilih satu teori yang relevan digunakan sebagai alat dalam melakukan penelitian atau analisis, sebagaimana dikemukakan oleh Prof. Dr. Shidarta S.H., M.Hum. dalam penjelasannya sebagai berikut:³⁴

- 1) Prinsip *the due care theory* menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang maupun jasa jika kewajibanya sudah dilaksanakan maka untuk mempersalahkan pelaku usaha konsumen harus membuktikan bahwa pelaku usaha yang disalahkan tersebut melanggar prinsip kehati-hatian.

Penerapan perlindungan hukum bagi setiap individu sebagai upaya negara untuk memberikan perlindungan kepada setiap warga negaranya sebagaimana perlindungan hukum yang dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 28D Ayat (1) menyatakan bahwa:

“Setiap Orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”

³⁴ Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Surabaya: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 160.

Sehubungan dengan UUD 1945, hak setiap warga negara dijamin. Selain membantu menjaga ketertiban, hukum membantu membangun masyarakat.³⁵

Hukum perlindungan konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara konsumen, produsen, dan juga pemerintah sebagai pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Dalam penjelasan pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan, yaitu :

a) Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya demi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b) Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan

³⁵ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik* (Bandung: PT. Alumni, 2021), hlm. 33.

kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual. Maksudnya ialah dalam undang-undang perlindungan konsumen diatur agar kedudukan pelaku usaha dan konsumen dalam kedudukan yang seimbang dan saling mempengaruhi, tidak ada pihak yang lebih kuat dibanding yang satunya

d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e) Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta menjamin kepastian hukum. Bila ada pelaku usaha yang melakukan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, dipastikan ada sanksi hukum bagi pelaku usaha tersebut karena adanya kepastian hukum.

2. Teori Tanggung Jawab

Dalam Bahasa Indonesia, kata Tanggung Jawab berarti keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya). Menanggung diartikan sebagai bersedia memikul biaya (mengurus, memelihara, menjamin) menyatakan keadaan kesediaan untuk melaksanakan kewajiban.³⁶

Teori tanggung jawab yang juga dianut dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab. Menurut Abdul Kadir Muhammad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) dibagi menjadi beberapa teori, yaitu:³⁷

- 1) Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena unsur kelalaian (*negligence tort liability*), dan unsur kesalahan (*liability fault*). Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha. Secara teori timbulnya prinsip ini adalah kelalaian pelaku usaha yang menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Penjelasan lebih dalam mengenai prinsip tanggung jawab

³⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 899.

³⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 336.

terdapat pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), pada pasal 1365.1366 dan 1367. Dalam prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

Menurut Pasal 1365 KUHPerdata, yang dimaksud dengan perbuatan melanggar hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok agar orang dapat dimintai pertanggungjawaban, yaitu:

- a. Adanya perbuatan melawan hukum.
- b. Adanya unsur kesalahan.
- c. Adanya kerugian yang diderita.
- d. Adanya hubungan kualitas antara kesalahan dan kerugian

3. Teori Perjanjian

Perjanjian merupakan suatu peristiwa yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk mencapai kesepakatan mengenai suatu hal yang masingmasing pihak menjanjikan untuk menepati kesepakatan tersebut. Istilah perjanjian juga telah diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa “perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

Pada dasarnya, perjanjian ini merupakan persetujuan antara dua orang atau lebih yang dilakukan dengan berlandaskan pada peraturan perundang-undangan. Menurut R Wirjono Projodikoro

dalam teorinya tentang Perjanjian adalah suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak dimana satu pihak berjanji untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukan suatu hal janji sedangkan pihak lain menuntut pelaksanaannya.³⁸

Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi empat syarat yang disebutkan dalam Pasal 1320 tersebut. Syarat kesepakatan dan syarat cakap disebut sebagai syarat subjektif sedangkan syarat suatu hal tertentu dan syarat suatu sebab yang halal disebut dengan syarat objektif.

Penolakan pembeli terhadap barang dapat disebut wanprestasi. Sebagai akibat hukumnya, tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh penjual sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 1266, 1267, dan 1517 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sebaliknya jika barang yang dikirimkan penjual tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, pembeli berhak atas kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang dan penjual wajib memberikannya.

F. Metode Penelitian.

Metode penelitian merupakan upaya untuk menyelidiki ataupun menelusuri suatu masalah dengan menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti guna mengumpulkan, mengolah, melakukan analisis data, serta mengambil kesimpulan secara sistematis dalam memecahkan suatu

³⁸ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: PT. Sumur, 1981), hlm. 9

permasalahan.³⁹ Guna memudahkan penyusun dalam membuat arah penelitian dalam penyusunan skripsi ini, penyusun akan menjabarkan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Penelitian ini merupakan suatu metode penelitian yang cara memperoleh datanya melalui observasi/pengamatan di lapangan maupun melakukan wawancara dengan para pihak terkait suatu fenomena, atau dengan kata lain perolehan data dan informasinya berdasarkan kegiatan di wilayah kerja penelitian.⁴⁰

2. Sifat Penelitian.

Sifat daripada penelitian yang penyusun terapkan adalah deskriptif. Dalam hal ini, penyusun berusaha untuk menganalisis serta mendeskripsikan data yang diperoleh dari lapangan/objek penelitian pada masa sekarang.⁴¹ Hal ini terkait dengan fenomena atau permasalahan yang penyusun angkat dalam penelitian ini, yaitu implementasi UUPK sebagai upaya perlindungan hukum terhadap konsumen atas barang imitasi yang diperoleh dan diperdagangkan oleh

³⁹ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press, 2021), hlm. 2.

⁴⁰ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 34.

⁴¹ Lilya Susanti, *Modul Metode Penelitian*, (Universitas Brawijaya: Departemen Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Universitas Brawijaya, 2016), hlm. 5.

pelaku usaha melalui *platform Marketplace*, dan faktor yang mempengaruhi barang imitasi masih marak diperjualbelikan baik *Online* maupun konvensional .

3. Pendekatan Penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Pendekatan yuridis Empiris, pendekatan dengan meneliti data sekunder atau data yang didapat dari landasan teoritis seperti pendapat atau tulisan para ahli atau perundang-undangan dahulu, kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer di lapangan seperti wawancara.⁴² hasil data sekunder berupa wawancara ini sebagai data pendukung untuk memecahkan isu yang diteliti.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data Primer yaitu sumber data yang diambil hasil wawancara dengan *Costumer Service* yang berada di Blibli, Konsumen yang dirugikan dalam jual beli di *marketplace* Blibli, serta informan lainnya yang relevan pada penelitian ini. Sumber data lain bisa diperoleh secara tidak langsung yang telah dapat proses pengkajian terlebih dahulu seperti : Jurnal ilmiah, skripsi, thesis, desertasi, buku, kesimpulan diskusi serta tulisan-tulisan yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Data sekunder

⁴² Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hlm 31.

Sumber data sekunder yaitu hukum atau ketentuan yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum dalam hal ini perundang-undangan yang telah disahkan dan berlaku di negara Indonesia terkhusus undang-undang sebagai berikut:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan maupun putusan-putusan hakim.⁴³ Pada penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan diantaranya:

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata/ *Burgerlijk Wetboek* (BW) Buku III tentang Perikatan.
- c) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE);
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

2) Bahan Hukum Sekunder.

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang berasal dari publikasi-publikasi tentang hukum, namun bukan merupakan dokumen-dokumen resmi (seperti peraturan

⁴³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2005), hlm. 181.

perundang-undangan). Adapun bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya buku-buku, jurnal, kamus hukum, dan komentar atas putusan pengadilan.

3) Bahan Hukum Tersier.

Bahan hukum tersier yang merupakan bahan hukum yang berperan sebagai pendukung bahan-bahan hukum primer dan sekunder yang memiliki keterkaitan dengan kebutuhan penelitian ini seperti kamus, ensiklopedia, website, dan sumber lainnya.

5. Teknik pengumpulan bahan hukum.

Dalam mengumpulkan data guna kepentingan penelitian ini, penyusun menggunakan teknik-teknik pengumpulan yaitu dengan menggunakan metode Wawancara dan Observasi. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Observasi dan wawancara yang pada upayanya berusaha menemukan literature melalui buku, jurnal dan tulisan-tulisan ilmiah yang sesuai dengan penelitian ini yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian tersebut serta sesuai dengan fakta sosial yang ada. Adapun 6 narasumber yang akan peneliti wawancarai :

- 1) *Customer Service Marketplace* Blibli
- 2) Konsumen yang dirugikan dalam jual beli di *marketplace* Blibli
- 3) Konsumen Pembeli dan/atau pengguna barang imitasi
- 4) Pelaku usaha yang memperdagangkan barang imitasi

5) Majelis BPSK Yogyakarta

6. Metode Analisis Data

Setelah semua data dan bahan hukum dikumpulkan, kemudian akan dipilih mana yang memiliki validitas yang baik, kemudian diolah dan akan dibahas menggunakan metode analisis kualitatif. Metode analisis kualitatif merupakan suatu cara analisis penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden baik secara tertulis atau lisan serta tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.⁴⁴

G. Sistematika Pembahasan.

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini merujuk pada Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang terbagi atas lima bab, antara bab satu dengan yang lainnya merupakan satu kesatuan yang utuh dan saling berkaitan. Dalam penelitian yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Imitasi Yang Diperdagangkan Dalam *platform Marketplace* Blibli", Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Untuk mempermudah pemahaman, maka susunannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bab pertama merupakan pendahuluan, pada bab ini akan diuraikan mengenai : latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan

⁴⁴ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), hlm. 105

penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan yang menjelaskan tentang gambaran umum penelitian.

Bab kedua membahas mengenai tinjauan umum penelitian yang akan dijadikan acuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, perjanjian, jual beli *Online*, tindakan pelanggaran merek dalam rangka menganalisis yang bersumber dari literatur maupun perundang-undangan.

Bab ketiga lanjutan gambaran umum terkait dengan objek penelitian, yaitu *Marketplace* Blibli, Mekanisme Penyelesaian sengketa barang di Blibli, Barang imitasi, dan Posisi Kasus Konsumen yang dirugikan. gambaran umum tersebut dapat dijadikan dasar umum dalam mengenal mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap barang yang diperdagangkan melalui *platform Marketplace* dan permasalahan yang akan penelitian ini analisis.

Bab keempat berisi hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan dibagi menjadi 2 (dua) sub bab sebagaimana rumusan masalah yang diangkat, yaitu Bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap barang imitasi yang diperoleh dalam jual beli *Online* di *Marketplace* Blibli, dan Apa saja faktor yang menyebabkan barang imitasi masih marak diperdagangkna baik dalam *platform Marketplace* maupun konvensional.

Bab kelima merupakan penutup bab ini bagian akhir dari seluruh kegiatan penulisan, yang berisi kesimpulan, jawaban dari rumusan masalah yang didapatkan berdasarkan paparan dari bab-bab sebelumnya, serta saran dari seluruh dari penulisan ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pokok masalah penelitian yang dipertegas dengan pertanyaan penelitian, maka dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Bentuk Perlindungan Hukum yang dapat diterapkan oleh konsumen yaitu kompensasi ganti rugi berupa pengembalian dana (*refund*) atau penggantian barang yang serupa atau setara nilai dengan barang tersebut. Berdasarkan Teori *Fault Liability*, pelaku usaha bertanggung jawab penuh atas kerugian yang diderita konsumen dan harus memberikan ganti rugi yang sesuai seperti pengembalian uang (*refund*) atau penggantian barang sejenis atau setara nilainya dengan barang tersebut. Meskipun kesalahan ada pada pelaku usaha, Blibli sebagai penyedia platform telah lalai dalam memverifikasi maka Blibli juga dapat dimintai pertanggungjawaban secara proporsional sebagaimana dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan secara Elektronik
- 2) Faktor yang dipengaruhi maraknya barang imitasi diperdagangkan baik melalui platform marketplace maupun konvensional yaitu faktor seperti: (1) faktor pelaku usaha, yang ingin memperoleh keuntungan

yang besar, tidak adanya pengawasan, Kurangnya pengetahuan, dan Mudahnya mendapatkan barang. (2) faktor konsumen, Gaya hidup masyarakat yang konsumtif, Sikap tak peduli atau tak acuh, dan harga yang terjangkau. (3) faktor dari pemerintah, Sikap konsumen yang tidak kooperatif, Terbatasnya data yang diberikan konsumen yang mengadu, dan Sumber daya yang masih rendah. Berdasarkan perspektif teori *Fault Liability* yang digunakan peneliti, pelaku usaha yang dengan sengaja menjual barang imitasi melakukan kesalahan yang paling berat (*intentional tort*) dan bertanggung jawab penuh atas kerugian konsumen. Pelaku usaha yang lalai (*negligence*) dalam memeriksa keaslian barang atau memberikan informasi yang akurat juga bertanggung jawab, meskipun dengan tingkat yang mungkin berbeda. Konsumen juga memiliki tanggung jawab untuk berhati-hati, namun tanggung jawab utama tetap berada pada pelaku usaha.

B. Saran.

- 1) Para penyedia layanan *platform Marketplace* maupun pelaku usaha pengguna *platform* harus lebih mematuhi terkait barang yang diperdagangkan agar sejalan dengan peraturan yang ada seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta peningkatan sistem verifikasi penjual, pemantauan

produk yang lebih canggih, penanganan laporan konsumen yang lebih cepat dan transparan, serta program edukasi bagi konsumen sebagai upaya menjaga keamanan, kenyamanan, keadilan, dan kepercayaan bagi konsumen.

- 2) Konsumen perlu lebih bijak dalam memilih barang ketika ingin bertransaksi baik *Online* maupun *offline*. Perlu adanya kolaborasi instansi pemerintahan antar instansi terkait seperti *Marketplace*, kepolisian, Kemendag, dan komdigi baik pusat maupun daerah untuk melakukan penyuluhan, pemantauan, sosialisasi pembinaan secara berkala kepada pelaku usaha dan konsumen, agar lebih bijak dalam melakukan jual beli baik melalui *platform Marketplace* maupun konvensional. Serta konsumen maupun pelaku usaha turut serta berperan aktif.

DAFTAR PUSTAKA

Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Buku III Tentang Perikatan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE).
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Buku

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Ali, Z. (2015) *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika
- Asnawi, H. F. (2004). *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Az. Nasution. (2014) *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Barkatullah, A. H. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.
- Candra, I. (2011) *Politik Hukum Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*, Bandung: Mandar Maju
- Cita Yustisia Serfiani, & Dkk. (2013). *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, cet. 2
- Djumhana, M. & Djubaedilah. (2003). *Hak Milik Intelektual (sejarah, Teori dan prakteknya di Indonesia)*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Firmansyah, H. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Handayani, N. F. (2020) *Penggunaan Klausula Baku yang Dilarang Menurut Hukum Perlindungan Konsumen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi

- Harahap, Y. H. (1986), *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni.
- Hartono, R. S. (2000), *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas, dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju
- Herman., & Dkk. (2023). *Pengantar Hukum Bisnis Online*, Sumatera Barat: Azka Pustaka.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019) *Modul Level Dasar Hukum Bisnis dan Perpajakan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- Jened., & Rahmi. (2015) *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Prenamedia Group
- Kristiyanti, C. T. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika
- Kristiyanti, C. T. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lukman Santoso Az. (2019) *Aspek Hukum Perjanjian*, Yogyakarta: Penebar Media Pustaka
- Makarim, E. (2005) *Pengantar Hukum Telematika suatu Kompilasi Kajian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Miru, S. Y. A. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Press.
- Muchsin. (2003). *Perlindungan dan kepastian hukum bagi investor di indonesia*. magister ilmu hukum program pascasarjana universitas sebelas maret, Surakarta.
- Muthiah, A. (2018) *Hukum Perlindungan Konsumen* Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Muhammad, A. (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Ok Saidin, (2015). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Ed. Revisi, cet. 9, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Prodjodikoro, W. (1981). *Hukum Perdata tentang Persetujuan Tertentu*, Bandung: Sumur

- Purwaka, T. H. (2017). *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Raharjo, S. (2000). *Ilmu hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rasjidi, L. (1993) *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Bandung : Remaja Rusdakarya
- Riswandi, B. A. (2003). *Hukum dan Internet Di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press Indonesia.
- Sari, E. K., & Simangunsong, A. (2007). *Hukum dalam Ekonomi*, (Ed. Kedua, Jakarta: Grasindo
- Sarwono (2010). *Pintar Menulis Karangan Ilmiah: kunci sukses menulis ilmiah*. Yogyakarta: Andi.
- Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Sibadalok, J. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bhakti
- Sjahputra, I. (2021). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik* Bandung: PT. Alumni, 2021
- Soekanto, S. (1984). *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press.
- Soimin., S. (2011). *Kitab Undang–Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Sinar Grafika, Cetakan Kespuluh
- Subekti. (1995). *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditira Bakti
- Supardi. (2005). *metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Susanti, L. (2016). *Modul Metode Penelitian*. Malang: Universitas Brawijaya : Departemen Riset Teknologi Pendidikan Tinggi Universitas Brawijaya.
- Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia
- Unggul, P. J. C. (2013). *Sukses Jual Beli Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Utomo. (2002). *Hak Kekayaan intelektual*, Jakarta: PT Erlangga.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Kencana.

Skripsi/Jurnal/Makalah

- Azayaka, R. A. & Dkk. (2023). Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara *Online*. (Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur: Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial, 2.
- Ardiansyah, R. (2020). Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Pada Situs Jual-Beli *Online* Lazada. *Skripsi*: Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Dahlia. (2009). Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Media Internet. *Jurnal Wacana Hukum*, 3.
- Dori, E. & Dkk. (2023). Perbuatan Melawan Hukum Dalam Kegiatan Jual-Beli *E-commerce* Berdasarkan Hukum Perdata. *Jurnal Panorama Hukum*, 8.
- Faizal, N. (2019). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Di PT. Shopee Internasional Indonesia. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Fitriani, N. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli *Online* Dalam Hal Terjadinya Kerugian. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 25.
- Kirom, I. M. (2024). *Hukum Fake Review Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Toko Online Shopee Arina_Fashion2)*. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.
- Khadaifi, M. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce*” (Studi Kasus *E-commerce* Melalui Sosial Media Instagram). *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta
- Kristiani, V., & Ratnawati, E. (2023). Pelanggaran Hak Merek Terkenal Pada *E-commerce* Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 11.
- Milenizha, N., & Sarjana, M. I. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Palsu Dalam Jual Beli Melalui *E-Commerce*”. *Jurnal Kertha Semaya*, 10.
- Perimayoga, M. A. & Dkk. (2019) “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli *Online*. *Diponegoro Law Journal*, 8.

- Pradnyaswari, & Dkk. (2020). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa *E-commerce*. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 8.
- Pratama, A. (2018) “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Skripsi*, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya.
- Pratiwi, A. D. & Prastyanti, A. R. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Yang Marak Dijual Di *E-Commerce*. Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara, 2.
- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *E-commerce*. Jurnal Ilmu Hukum, 4.
- Rafi'ani, K. (2023). Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Mengenai Diskon Palsu Dalam Bertransaksi Elektronik. *Jurnal Sapientia et Virtus*, 8.
- Rahim, Y., & Dkk. (2022) “*A New Decade for Social Changes Legal Protection of Notary Officials According to Indonesian Positive Law*. *Technium Social Sciences Journal*, 28.
- Regino G. S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengguna Barang Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Lex Crimen*, 5.
- Ranto, R. (2019). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik. *jurnal Ilmu Hukum Alethea*, 2.
- Rohendi, A. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional. *Jurnal Ecodemica*. 3.
- Semaun S, (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. Jurnal Hukum Diktum, 14.
- Sembiring, G. A. Y. (2022). Aspek Hukum Penjualan Produk Co-branding secara tanpa Hak pada loka Pasar (*E-commerce*) berdasarkan Legislasi di Indonesia. Jurnal Reformasi Hukum, 26.
- Setijawati, W. V., & Ridzkia, Y. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan UU Nomor 8

Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019. *Jurnal Rectum*, 5.

Silviasari. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Sistem *Cash On Delivery*. *Media of Law and Sharia*, 1.

Sommaliagustina, D. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap *E-commerce* di Indonesia. *jurnal Ilmu Hukum*, 3.

Wicaksono, A., & Dkk. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penjualan Set Top Box Palsu di *E-commerce*. *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4.

Wiranti, W. (2020). Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi *Online*. *Skripsi: Universitas Islam Indonesia*

SUMBER LAIN-LAIN

Adi Hidayat, “5 *E-commerce* dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>, Diakses pada 15 Agustus 2024

Budi, “Ruang Lingkup *E-commerce*”, <https://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>. Diakses pada 18 september 2024

Kemendag, Kemendag Ramal Transaksi *E-commerce* di RI Tembus Rp533 Triliun, 2024, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-ramal-transaksi-e-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun>, diakses pada 13 Agustus 2024

<https://mediakonsumen.com/surat-pembaca/jam-tangan-palsu-dari-penjual-di-bibli>, diakses pada 17 Agustus 2024