



Analisis Regulasi Terhadap Tanggung Jawab Platform E-Commerce atas Barang Palsu di Marketplace

Ergia Novriliza Nugroho¹, Muhammad Maharadja Alief², Nasywa Nasyifa Dyfa³

¹Universitas Pelita Harapan, Banten, Indonesia, ergianugroho@gmail.com

²Universitas Pelita Harapan, Banten, Indonesia, radjaalief2006@gmail.com

³Universitas Pelita Harapan, Banten, Indonesia, nasywanasyifa09@gmail.com

Corresponding Author: ergianugroho@gmail.com¹

Abstract: *This study analyzes the regulation and liability of e-commerce platforms for the circulation of counterfeit goods in the marketplace, focusing on consumer protection in the Indonesian context. Through a normative legal analysis of the Consumer Protection Law (UUPK), Trade Law, and Government Regulation on Electronic System Trade (PP PMSE), it is concluded that the existing legal framework is adequate and positions the platform not merely as a passive intermediary but as a business actor with a legal obligation to ensure the security and accuracy of information in the trade ecosystem. This is consistent with the principles of strict liability under the UUPK and intermediary liability. However, the implementation of this liability faces significant challenges, such as the high volume of transactions, the difficulty in identifying counterfeit goods due to fake reviews and descriptions, and inconsistent implementation of the notice-and-takedown mechanism, which tends to be reactive rather than proactive. Court decisions (MA No. 2285 K/Pdt/2011 and PN Niaga Surabaya No. 12/HKI.MERK/2016) reinforce that losses resulting from counterfeit goods are legitimate under the law and must be compensated. Thus, platforms can be held accountable for the circulation of counterfeit goods if there is negligence in carrying out the minimum supervision required by regulations. Achieving optimal consumer protection still requires strengthening supervision mechanisms, improving internal compliance standards for platforms, and harmonizing law enforcement.*

Keywords: E-commerce Platform Liability, Counterfeit Goods, Consumer Protection

Abstrak: Penelitian ini menganalisis regulasi terhadap tanggung jawab platform *e-commerce* atas peredaran barang palsu di *marketplace*, dengan fokus pada perlindungan konsumen dalam konteks Indonesia. Melalui kajian hukum normatif terhadap UUPK, UU Perdagangan, dan PP PMSE, ditemukan bahwa kerangka hukum yang ada cukup memadai dan menempatkan platform sebagai pelaku usaha yang memiliki kewajiban hukum untuk menjamin keamanan dan keakuratan informasi, selaras dengan prinsip *strict liability* dan *intermediary liability*. Meskipun demikian, implementasi tanggung jawab ini masih menghadapi tantangan signifikan, seperti tingginya volume transaksi, sulitnya identifikasi barang palsu akibat ulasan/deskripsi tiruan, dan pelaksanaan mekanisme *notice-and-takedown* yang belum konsisten dan cenderung reaktif. Putusan pengadilan memperkuat

bahwa kerugian akibat barang palsu adalah sah menurut hukum dan wajib diberikan ganti rugi. Dengan demikian, platform dapat dimintai tanggung jawab jika terdapat kelalaian dalam menjalankan kewajiban pengawasan minimal, dan efektivitas perlindungan konsumen masih memerlukan penguatan mekanisme pengawasan serta harmonisasi penegakan hukum.

Kata Kunci: Tanggung Jawab *Platform E-Commerce*, Barang Palsu, Perlindungan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perdagangan melalui marketplace digital di Indonesia berkembang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak telah menjadi sarana utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, di balik pertumbuhan ini muncul persoalan serius, yaitu peredaran barang palsu yang merugikan konsumen, merusak kepercayaan publik, serta mengancam keberlangsungan pelaku usaha resmi. Kasus peredaran barang palsu di marketplace Indonesia cukup marak, mulai dari produk-produk tiruan merek lain, kosmetik tanpa izin, obat-obatan ilegal, hingga produk elektronik tiruan, yang tidak hanya menimbulkan kerugian kepada konsumen secara materiil dan nonmateriil.

Secara hukum, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Regulasi ini menegaskan kewajiban pelaku usaha, termasuk penyelenggara marketplace, untuk memberikan informasi yang benar, melindungi hak konsumen, serta bertanggung jawab apabila terjadi kerugian akibat kelalaian dalam sistem perdagangan elektronik.

Namun, pada praktiknya, tanggung jawab platform masih sering diperdebatkan. Marketplace sering berargumen bahwa mereka hanya bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli, sehingga tidak dapat dimintai pertanggungjawaban langsung atas barang yang diperdagangkan meski secara ideal, marketplace memiliki kekuatan untuk mengawasi barang-barang yang dijual oleh penjual dalam platform. Platform memiliki kendali signifikan melalui mekanisme verifikasi penjual, pengaturan algoritma pencarian dan rekomendasi, hingga sistem pembayaran. Ambiguitas posisi hukum ini menyebabkan penegakan perlindungan konsumen di Indonesia belum optimal, khususnya dalam konteks barang palsu.

Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan penting: sejauh mana tanggung jawab marketplace di Indonesia dalam mencegah dan menangani peredaran barang palsu? Apakah regulasi yang ada sudah cukup memberikan dasar hukum yang kuat, atau masih terdapat celah kelembagaan yang membuat perlindungan konsumen lemah? Pertanyaan inilah yang melandasi perlunya kajian mendalam mengenai analisis regulasi terhadap tanggung jawab platform atas barang palsu di marketplace dalam konteks Indonesia.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana kewajiban dan tanggung jawab platform e-commerce (marketplace) dalam melindungi konsumen dari peredaran barang palsu berdasarkan regulasi yang berlaku di Indonesia?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh platform marketplace dalam menerapkan mekanisme perlindungan konsumen terhadap barang palsu?
3. Bagaimana peran lembaga pengawas dan penegak hukum dalam mendukung perlindungan konsumen dari barang palsu di e-commerce?

METODE

Metode penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan, doktrin, dan putusan pengadilan yang berkaitan dengan tanggung jawab platform e-commerce atas peredaran barang palsu. Pendekatan yang dipakai meliputi pendekatan perundang-undangan untuk menilai pengaturan dalam UUPK, UU Perdagangan, dan PP PMSE, serta pendekatan konseptual untuk memahami posisi platform sebagai intermediary dalam transaksi digital. Data penelitian terdiri dari sumber primer seperti peraturan, kebijakan internal platform, dan putusan pengadilan; sumber sekunder berupa buku, jurnal, dan laporan riset; serta sumber tersier seperti kamus hukum. Seluruh data dianalisis secara kualitatif melalui teknik deskriptif-analitis untuk menilai sejauh mana platform e-commerce dapat dimintai pertanggungjawaban atas peredaran barang palsu dan apakah regulasi saat ini cukup melindungi konsumen dalam konteks perdagangan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat data (dalam bentuk ringkas), analisis data dan interpretasi terhadap hasil. Hasil dapat disajikan dengan tabel atau grafik untuk memperjelas hasil secara verbal, karena adakalanya tampilan sebuah ilustrasi lebih lengkap dan informative dibandingkan dengan tampilan dalam bentuk narasi.

Pada bagian pembahasan haruslah menjawab masalah atau hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Hasil penelitian dan pembahasan berikut menyoroti tanggung jawab pihak perantara terhadap konsumen. Analisis difokuskan pada implementasi prinsip-prinsip tanggung jawab di lapangan dan identifikasi kesenjangan antara regulasi dan praktik nyata.

Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen serta haknya menjadi prioritas dalam aktivitas jual-beli. Namun, beberapa pendapat menunjukkan bahwa posisi konsumen dibawah dan lebih lemah dibanding penjual. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegakkan keadilan bagi kedua pihak untuk menghindari kerugian dimana kedua pihak ditegaskan untuk beritikad baik saat melaksanakan aktivitas jual-beli. Pasal 8 dari UU No.8 Tahun 1999 menyatakan larangan bagi penjual bahwa penjual dilarang untuk menjual benda yang tidak sesuai iklan (Pasal 8 huruf F). Namun, tetap adanya transaksi yang merugikan pihak konsumen mulai dari kerugian kecil maupun besar.

Tanggung Jawab Hukum (Liability Theory)

Dalam hukum perdata, dikenal beberapa bentuk tanggung jawab, seperti tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault liability*) dan tanggung jawab mutlak atau *strict liability*. Pada UUPK, diterapkan unsur *strict liability* yaitu prinsip yang mewajibkan pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen tanpa perlu dibuktikan adanya unsur kesalahan. Prinsip ini memastikan konsumen tetap mendapat perlindungan meskipun tidak mampu membuktikan unsur kesalahan dari pelaku usaha (Eleanora, 2018). Dalam praktiknya, pelaku usaha tetap wajib memberikan ganti rugi selama dapat dibuktikan adanya cacat, kerugian, atau kerusakan yang timbul dari barang atau jasa yang mereka hasilkan. Namun, UUPK masih memberikan ruang pengecualian apabila kerugian tersebut ternyata berasal dari kesalahan konsumen sendiri atau keadaan memaksa.

Intermediary Liability dalam Ekonomi Digital

Platform e-commerce sering membela diri dengan menyatakan bahwa mereka hanya sebagai “jembatan”, bukan “pelaku usaha langsung”. Namun teori *intermediary liability* menolak asumsi ini secara mutlak. Menurut prinsipnya, perantara digital tetap memiliki tanggung jawab proporsional tergantung pada peran dan kontrol yang mereka miliki terhadap

aktivitas pengguna (Stella et al., 2023). Jika platform menyediakan etalase, sistem pembayaran, layanan logistik, hingga promosi, maka kedudukannya tidak lagi pasif, melainkan ikut terlibat dalam rantai distribusi barang, bahkan jika barang tersebut palsu.

Analisis regulasi

Pembahasan undang-undang dilakukan untuk menelaah norma-norma yang mengatur tanggung jawab pihak perantara dalam transaksi elektronik, khususnya dalam konteks perlindungan konsumen. Analisis difokuskan pada ketentuan yang menetapkan kewajiban, batasan, serta ruang lingkup pertanggungjawaban pelaku usaha dan platform digital sebagaimana tercantum dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Melalui penelaahan tersebut, dapat terlihat sejauh mana hukum positif Indonesia merespons perkembangan perdagangan daring serta bagaimana posisi perantara dibentuk untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan konsumen dan kepastian hukum bagi pelaku usaha.

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Pasal 7 UUPK menetapkan beberapa kewajiban dasar bagi pelaku usaha, mulai dari kewajiban untuk beritikad baik sampai memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai barang yang diiklankan melalui platform. Dalam konteks barang palsu, ketentuan ini penting karena pelaku usaha mesti menyampaikan kondisi barang apa adanya, termasuk soal keaslian atau tidak barang tersebut. Apabila penjual tetap menawarkan barang palsu tanpa informasi yang jelas atau tidak sesuai, maka tindakan tersebut sudah melanggar kewajiban yang diatur UUPK dan jelas merugikan konsumen yang berada dalam posisi lebih lemah.

Pasal 8 UUPK memberikan larangan yang lebih spesifik, terutama mengenai peredaran barang yang tidak sesuai standar, mutu, atau komposisi sebenarnya. Barang palsu termasuk ke dalam kategori ini karena tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan atau ditampilkan dalam iklan maupun deskripsi barang. Secara eksplisit, pasal ini menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar peraturan, tidak sesuai berat/isi/netto, tidak sesuai ukuran atau takaran sebenarnya, tidak sesuai kondisi atau jaminan dalam label, tidak sesuai mutu atau komposisi, tidak sesuai janji dalam label/iklan/promosi, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, tidak mengikuti ketentuan halal, tidak memasang label berisi informasi penting (nama barang, ukuran, komposisi, aturan pakai, efek samping, produsen, dll.), serta tidak mencantumkan petunjuk penggunaan dalam bahasa Indonesia. Poin penting dari pasal ini ditemukan dalam ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f yang menegaskan larangan menjual barang yang “tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”. Ketidaksesuaian antara barang yang dijanjikan dan barang yang diterima konsumen memperlihatkan adanya praktik perdagangan yang tidak jujur dan merugikan.

Pasal 9 UUPK melindungi konsumen dari pernyataan menyesatkan, terutama mengenai kualitas, manfaat, harga, atau keaslian barang. Dalam kasus barang palsu, penjual seringkali memberikan deskripsi yang sengaja dibuat seolah-olah barang tersebut asli dalam iklan. Praktik seperti ini masuk dalam *misdirection* (pembobongan salah arah) dan merupakan bentuk manipulasi informasi yang dilarang oleh Pasal 9. Dalam Pasal 9 ayat (1) huruf f melarang pelaku usaha untuk mempromosikan demi menjual barang dengan cacat tersembunyi dimana kepalsuan dapat dikategorikan sebagai cacat dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, karena barang palsu selalu mengandung unsur ketidaksesuaian terhadap kualitas, identitas, label, dan informasi yang dijanjikan (Holijah, 2020). Oleh karena itu, pasal ini menjadi dasar

kuat bahwa penjual barang palsu telah melakukan tindakan yang menyesatkan dan melanggar hak konsumen untuk menerima informasi yang benar.

Pasal 19 UUPK mempertegas bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau menyebabkan kerugian (Pasal 19 ayat (1)). Untuk barang palsu, ketentuan ini sangat relevan karena barang palsu pada dasarnya tidak pernah memenuhi standar mutu atau pernyataan yang menjadi dasar transaksi. Demikian, penjual wajib memberikan bentuk pemulihan seperti penggantian barang atau pengembalian biaya. Pasal ini menunjukkan bahwa UUPK memberikan perlindungan kuat terhadap konsumen ketika terjadi penyimpangan dalam transaksi. Namun pasal ini juga menyatakan bahwa kelalaian konsumen bisa dipertimbangkan apabila konsumen sadar bahwa barang tersebut tidak sesuai namun tetap membeli dengan harapan bahwa barang tersebut asli atau tanpa cacat (Pasal 19 ayat (5)). Beberapa faktor seperti harga yang rendah dibanding penjual lain semestinya bisa dipertanyakan oleh konsumen.

Pasal 27 UUPK memberi ruang bagi pelaku usaha untuk tidak menanggung kerugian konsumen apabila kerugian tersebut terjadi karena kesalahan konsumen sendiri. Tetapi dalam persoalan barang palsu, pengecualian ini hampir tidak bisa diterapkan karena sumber masalahnya jelas berasal dari tindakan penjual yang memperdagangkan barang tidak asli. Konsumen juga tidak memiliki informasi yang cukup untuk membedakan barang asli atau palsu tanpa penjelasan yang jujur dari penjual. Dengan demikian, Pasal 27 tetap menegaskan bahwa tanggung jawab berada pada pelaku usaha karena kerugian muncul dari tindakan mereka sendiri.

Peran Platform: *notice-and-takedown*

Platform/perantara memiliki hak hingga kewajiban untuk memastikan perlindungan konsumen hingga kenyamanan konsumen saat melakukan aktivitas jual-beli melalui platformnya. Prinsip “*notice-and-takedown*” merujuk kepada mekanisme dimana platform wajib menghapus atau menonaktifkan konten melanggar hukum setelah menerima pemberitahuan resmi mengenai pelanggaran tersebut. Secara ideal, platform harus bisa memantau dan kelola informasi yang beredar untuk menghindari peredaran barang palsu untuk menghindari terjadinya kerugian konsumen namun dengan kemajuan teknologi, sudah mulai susah membedakan apa yang asli dan apa yang palsu dari suatu iklan saja. Pelaku usaha dapat membuat ulasan palsu mengenai produk palsu untuk menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen percaya bahwa barang tersebut asli.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, mengatur ketentuan kerugian hasil perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Pasal 22 ayat (1) dari PP menyatakan jika dalam PMSE muncul konten ilegal, maka platform dan penyedia sarana perantara bertanggung jawab atas seluruh dampak hukumnya. Iklan yang mempromosikan barang palsu dapat digolongkan sebagai konten ilegal karena barang palsu sendiri melanggar hak milik merek aslinya. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 100 ayat (1) yang berbunyi “*Setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang/jasa sejenis dipidana*”. Maka, platform semestinya melaksanakan mekanisme *notice-and-takedown* terhadap iklan yang mempromosikan barang palsu karena tergolongnya kontek ilegal.

Putusan dan perkara sebagai bukti praktik penegakan hukum

Putusan MA No. 2285 K/Pdt/2011 memberikan dasar yuridis yang kuat untuk memahami bagaimana hukum memandang kerugian konsumen yang timbul akibat tindakan atau kelalaian pelaku usaha, dan prinsip ini dapat diperluas untuk menilai penjualan barang palsu di e-commerce. Dalam perkara tersebut, Mahkamah Agung menegaskan bahwa

kerugian materiil yang dialami konsumen sebagai akibat dari kelalaian pelaku usaha merupakan kerugian nyata yang wajib dipulihkan melalui ganti rugi berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata serta ketentuan dalam UUPK, termasuk Pasal 7 dan Pasal 8 yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan memastikan barang sesuai dengan kondisi yang dijanjikan. Penerapan UUPK dalam putusan ini menunjukkan bahwa konsumen berhak memperoleh perlindungan ketika barang atau jasa tidak sesuai dengan label, deskripsi, atau janji pelaku usaha, sebuah prinsip yang relevan dengan praktik penjualan barang palsu karena barang palsu secara hukum merupakan barang yang cacat mutu dan cacat informasi. Selain itu, putusan ini memperlihatkan bahwa setiap pelaku usaha yang memperoleh manfaat ekonomi dari suatu transaksi, termasuk pihak perantara seperti penyedia platform digital, dapat dimintai tanggung jawab sepanjang mereka memiliki kewajiban memastikan transaksi tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, putusan ini dapat menjadi pijakan yuridis bahwa kerugian konsumen akibat pembelian barang palsu di e-commerce merupakan kerugian yang sah menurut hukum dan dapat menimbulkan pertanggungjawaban perdata baik bagi penjual maupun platform jika mereka lalai menjalankan kewajiban pengawasan yang dituntut oleh regulasi perlindungan konsumen dan perdagangan elektronik.

Selain itu, Putusan PN Niaga Surabaya No. 12/HKI.MERK/2016 juga memperlihatkan bagaimana pengadilan menilai peredaran barang palsu sebagai tindakan yang membawa konsekuensi hukum nyata. Dalam perkara tersebut, pengadilan menyatakan bahwa penggunaan merek terdaftar pada barang tiruan bukan hanya melanggar hak eksklusif pemilik merek, tetapi juga menimbulkan kerugian ekonomi yang dapat dihitung, seperti turunya nilai komersial produk asli dan rusaknya reputasi merek. Pertimbangan ini menunjukkan bahwa pengadilan melihat barang palsu sebagai produk yang secara hukum cacat dan merugikan, sehingga pelaku usaha yang memperdagangkannya wajib menanggung ganti rugi. Logika ini sejalan dengan konteks e-commerce, karena penjual yang menawarkan barang tidak asli maupun platform yang membiarkan praktik tersebut tetap berlangsung sama-sama menghadapi potensi pertanggungjawaban berdasarkan kerugian yang ditimbulkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengaturan mengenai tanggung jawab platform e-commerce atas peredaran barang palsu telah memperoleh dasar normatif yang memadai dalam UUPK, UU Perdagangan, dan PP PMSE. Ketiga instrumen hukum tersebut secara konsisten menempatkan platform sebagai pelaku usaha yang menjalankan fungsi ekonomi dan operasional dalam penyelenggaraan transaksi elektronik. Dengan demikian, platform tidak lagi diposisikan sekadar sebagai perantara pasif, melainkan sebagai pihak yang memiliki kewajiban hukum untuk memastikan keamanan, keakuratan informasi, serta kepatuhan terhadap ketentuan perundang-undangan dalam ekosistem perdagangan yang mereka kelola. Kewajiban ini juga selaras dengan prinsip intermediary liability yang menuntut platform untuk bertindak segera ketika mengetahui adanya konten atau aktivitas yang melanggar hukum.

Meskipun demikian, pelaksanaan tanggung jawab tersebut dalam praktik masih menghadapi tantangan yang signifikan. Proses verifikasi keaslian barang bergantung hampir sepenuhnya pada penjual, sementara tingginya volume transaksi menyulitkan pengawasan secara menyeluruh. Selain itu, keberadaan foto, deskripsi, dan ulasan palsu mempermudah identifikasi barang tiruan di ruang digital. Walaupun PP PMSE telah mengatur mekanisme notice and takedown, implementasinya belum sepenuhnya konsisten karena penghapusan konten ilegal bergantung pada laporan eksternal, bukan deteksi proaktif. Temuan ini menunjukkan bahwa kerangka regulasi yang ada masih belum sepenuhnya mampu mengakomodasi kompleksitas peredaran barang palsu dalam lingkungan perdagangan elektronik.

Dari sudut penegakan hukum, lembaga pemerintah seperti Kemendag, Kominfo, DJKI, dan Kepolisian memiliki kewenangan untuk menangani isu barang palsu, namun efektivitas koordinasi antar lembaga masih terbatas. Putusan MA No. 2285 K/Pdt/2011 dan Putusan PN Niaga Surabaya No. 12/HKI.MERK/2016 menegaskan bahwa kerugian yang timbul akibat kelalaian pelaku usaha maupun peredaran barang palsu merupakan kerugian yang sah menurut hukum dan wajib diberikan ganti rugi. Kedua putusan ini memperkuat pemahaman bahwa penjualan barang palsu, baik dalam perdagangan konvensional maupun digital, merupakan perbuatan yang menimbulkan konsekuensi hukum dan penegakan perlindungan konsumen sebagai prinsip fundamental.

Dengan demikian, menjawab rumusan masalah penelitian, dapat ditegaskan bahwa platform e-commerce pada prinsipnya dapat dimintai tanggung jawab atas peredaran barang palsu sepanjang terdapat kelalaian dalam menjalankan kewajiban hukum atau pengawasan minimal sebagaimana ditentukan oleh peraturan perundang-undangan. Meskipun kerangka hukum telah tersedia, peningkatan efektivitas perlindungan konsumen masih memerlukan penguatan mekanisme pengawasan, peningkatan standar kepatuhan internal platform, serta harmonisasi penegakan hukum di tingkat nasional agar perlindungan konsumen dalam ekosistem perdagangan digital dapat terwujud secara optimal dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Eleanora, F. N. (2018). Prinsip tanggung jawab mutlak pelaku usaha terhadap ketentuan Pasal 27 UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *KRTHA Bhayangkara*, 12(2), 207–228. <https://doi.org/10.31599/krtha.v12i2.26>
- Holijah. (2024). *Strict liability principle: Consumer protection from hidden defective products in Indonesia*. Neliti. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/538175-strict-liability-principle-consumer-prot-45549780.pdf>
- Otovian, V. (2025). Tanggung jawab perdata marketplace terhadap produk ilegal yang dijual oleh penjual pihak ketiga. *JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 17–23. Diakses dari <https://e-journal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/jukahu/article/view/59/54>
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 26.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 209.
- Stella, S., Ginting, B., Saidin, O. K., & Azwar, T. K. D. (2023). Aspek hukum tanggung jawab pihak perantara kepada konsumen dalam e-commerce. *Acta Law Journal*. Diakses dari <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/KRTHA/article/view/26>