

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI BARANG
MEREK TERDAFTAR ATAS KERUGIAN KARENA TIDAK SESUAI
KETENTUAN YANG DITAWARKAN DALAM APLIKASI *SHOPEE***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**

OLEH:

FAGAR NISA PUTRI MARYAM

02011282126262

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

INDRALAYA

2025

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
INDRALAYA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : FAGAR NISA PUTRI MARYAM
NIM : 02011282126262
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

JUDUL SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI BARANG
MEREK TERDAFTAR ATAS KERUGIAN KARENA TIDAK SESUAI
KETENTUAN YANG DITAWARKAN DALAM APLIKASI SHOPEE**

Telah Diuji dan Lulus dalam Sidang Komprehensif Pada 20 Maret 2025
dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Sriwijaya

Indralaya, 20 Maret 2025

Mengesahkan :

Pembimbing Utama,



Sri Turatmyah, S.H., M.Hum
NIP. 196511011992032001

Pembimbing Pembantu,



Muslim Nugraha, S.H., M.H
NIP.199212072022031010



Mengetahui:
Dekan-Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya,



Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum
NIP. 196606171990011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fagar Nisa Putri Maryam
Nomor Induk Mahasiswa : 02011282126262
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 08 Maret 2003
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan/Bagian : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di Perguruan Tinggi maupun tanpa mencantumkan sumbernya, Skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumber dalam teks.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, Apabila terbukti telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan dikemudian hari sesuai dengan yang berlaku.

Indralaya, 21 Maret 2025

Yang



Fagar Nisa Putri Maryam
NIM: 02011282126262

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Cinta untuk semua, tiada kebencian untuk siapapun”

(Hazrat Mirza Nasir Ahmad)

“Sometimes you gotta run before you can walk”

(Tony Stark)

“Berusahalah agar terjadi, karena menyerah hanya menciptakan kegagalan tanpa memberi kesempatan untuk berhasil”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Kedua Orang Tuaku**
- 2. Kakak, Adik, dan Abang**
- 3. Para Dosen yang terhormat**
- 4. Almamater yang kubanggakan**
- 5. Teman-Temanku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*”**. Skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk mengikuti ujian Skripsi/Komprehensif guna memperoleh gelar Sarjana Hukum Pada Program Kekhususan Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Strata Satu (S1) Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan perlindungan hukum kepada konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam konteks pelanggaran hak konsumen atas produk yang tidak sesuai dengan perjanjian. Dalam penelitian ini, diuraikan berbagai aspek perlindungan konsumen yang dijelaskan dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), termasuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengembalikan nama baik konsumen yang mengalami kerugian dan mekanisme penyelesaian sengketa”. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya dalam memahami aspek hukum perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu hukum di Indonesia.

Indralaya, 28 Maret 2025

Penulis



Fagar Nisa Putri Maryam

UCAPAN TERIMAKASIH

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak yang telah memberikan masukan, saran, serta bantuan kepada penulis. Sehingga berkaitan dengan hal tersebut penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, segala puji syukur atas segala hidayah dan karunia-nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini;
2. Bapak Prof. Dr.Taufiq Marwa, S.E., M.Si., Selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Prof. Dr. H. Joni Emirzon, SH., M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
4. Bapak Dr. Muhammad Syaifuddin, S.H., M.Hum., Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Ibu Vegitya Ramadhani, S.H., S.Ant., M.A., LL.M., Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Bapak Dr. Zulhidayat, S.H., M.H., Selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
7. Bapak Rd. Muhammad Ikhsan, S.H., M.H., Selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan dan bimbingan;
8. Ibu Helena Primadiani Sulistyaningrum, S.H., M.H., Selaku Ketua Prodi Hukum Perdata.
9. Ibu Sri Turatmiyah, S.H., M.H., Selaku Pembimbing Utama, yang telah

memberikan bimbingan, arahan, dan bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini;

10. Bapak Muslim Nugraha, S.H., M.H., Selaku Pembimbing Pembantu, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini;
11. Kedua orang tua Ayah dan Bunda tercinta, terima kasih atas cinta yang tak pernah pudar, pengorbanan tanpa batas, dan doa yang selalu terucap untuk setiap langkahku. Kalian adalah kekuatan terbesar dalam hidupku, sumber semangat di setiap perjuanganku. Tanpa kasih sayang dan perjuangan kalian, aku tidak akan mampu berdiri sendiri sejauh ini. Semoga Allah membalas setiap lelah yang kalian sembunyikan dengan keberkahan dan kebahagiaan yang tak terhingga. Gelar ini adalah bukti kecil dari usaha kalian yang luar biasa, dan aku berjanji akan terus berusaha mewujudkan mimpi-mimpi yang kalian titipkan padaku. Terima kasih menjadikan aku seperti sekarang, aku mencintai kalian lebih dari kata-kata dapat ungkapkan.;
12. Kakak dan adikku tercinta, terima kasih telah menjadi bagian tak tergantikan dalam hidupku. Kalian adalah rumah bagi hatiku, pelipur lara di setiap kesulitan, dan pengingat bahwa aku tidak pernah sendiri. Aku sangat mencintai kalian, dan semoga kita selalu saling mendukung di setiap langkah perjalanan hidup ini;
13. Sahabat seperjuanganku Amijah Putri, Meitasari, Silvi Kamila, Shilpa Maharani, Septia Sarasti, kalian adalah teman yang tak hanya hadir di saat suka, tetapi juga setia mendampingi di saat sulit. Kehadiran kalian membuat

perjalanan ini terasa lebih ringan dan penuh warna. Aku bersyukur memiliki kalian, dan semoga ikatan persahabatan kita selalu abadi di mana pun langkah kita membawa;

14. Sahabat sejati Niar, Bela, Yolan, Alda, Kiki, Marda, Sasa, Londa. Terima kasih atas tawa, dukungan, dan kenangan indah yang kita ciptakan bersama. Semoga persahabatan ini terus bertahan dan semakin erat, meski waktu terus berjalan;
15. Abang terima kasih telah hadir di saat-saat terkelam dalam hidupku, menjadi cahaya ketika aku merasa hancur. Kehadiranmu bukan hanya memberi semangat, tetapi juga mengingatkanku bahwa aku pantas untuk bangkit dan berjuang. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan dukungan tanpa batas yang selalu kau berikan. Aku berharap kita dapat terus berjalan bersama, saling mendukung dalam setiap mimpi dan harapan;
16. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya angkatan 2021;
17. Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penulisan skripsi ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Indralaya, 28 Maret 2025

Penulis



Fagar Nisa Putri Maryam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Ruang Lingkup.....	11
F. Kerangka Teori	12
1. Teori Perlindungan Hukum.....	12
2. Teori Tanggung Jawab Hukum	15
3. Teori Perjanjian	17
G. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Pendekatan Penelitian.....	20
3. Sumber Bahan Hukum	21
4. Teknik Pengumpulan Data	22
5. Teknik Analisis Bahan Hukum.....	23
6. Teknik Penarikan Kesimpulan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian	24
1. Pengertian Perjanjian.....	26
2. Syarat Sah Perjanjian.....	30
3. Asas-Asas Perjanjian	31
4. Jenis-Jenis Perjanjian.....	33
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	37

1. Pengertian dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen	37
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	38
3. Para Pihak Dalam Perlindungan Konsumen	42
4. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	45
5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	49
C. Tinjauan Umum Tentang Merek.....	51
1. Pengertian Merek	51
2. Jenis-Jenis Merek	52
3. Hak dan Kewajiban Pemilik Merek Terdaftar	53
D. Tinjauan Umum Tentang <i>E-Commerce</i>	55
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	55
2. Para Pihak Dalam <i>E-Commerce</i>	56
3. Jenis-Jenis Platform <i>E-Commerce</i>	57
BAB III PEMBAHASAN.....	61
A. Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi <i>Shopee</i>	61
B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi <i>Shopee</i>	93
BAB IV PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN	121

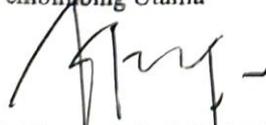
ABSTRAK

Nama : Fagar Nisa Putri Maryam
NIM : 02011282126262
Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*

Perdagangan melalui perangkat elektronik atau *e-commerce* telah menimbulkan berbagai persoalan hukum yang menyebabkan kerugian untuk pengusaha atau pelanggan. Sehingga, perlindungan konsumen menjadi sangat penting karena berkaitan dengan kewajiban serta hak pihak terkait, sebagaimana tercantum di “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Skripsi ini akan membahas permasalahan yang mencakup, Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee* dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*. Penelitian ini bersifat normatif secara memakai pendekatan kasus (*case approach*) serta perundang-undangan (*statue approach*). Studi ini menghasilkan jual beli barang merek terdaftar di aplikasi *e-commerce* harus dilakukan dengan memenuhi hak dan kewajiban kedua pihak serta mencegah kerugian konsumen diperlukan pengaturan mengenai perlindungan konsumen (preventif) dan sengketa bisa diselenggarakan dari jalur pengadilan maupun diluar pengadilan sebagai langkah represif. Kemudian, tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan ganti rugi berupa biaya, kerugian, bunga berupa penggantian barang atau pengembalian dana serta dapat dikenakan sanksi administratif yaitu pencabutan izin usaha.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Shopee, Tanggung Jawab, Transaksi Elektronik*

Pembimbing Utama



Sri Turatmiah, S.H., M.Hum.
NIP. 196511011992032001

Pembimbing Pembantu



Muslim Nugraha, S.H., M.H.
NIP. 199212072022031010

Ketua Bagian Hukum Perdata



Helena Primadiani Sulistyaningrum, S.H., M.H.
NIP. 198609142009022004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di dunia digital yang terus berkembang, jual beli dianggap sebagai hal lumrah dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Masyarakat tidak lepas dari jual beli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat akan menjadi penjual jika ia membutuhkan uang, sebaliknya masyarakat akan menjadi pembeli jika ia membutuhkan barang atau jasa untuk ia pakai dan konsumsi secara pribadi. Transaksi jual beli merupakan instrumen transaksi barang berharga yang mana suatu pihak memberi produknya serta pihak lainnya membiayai dengan nominal yang disepakati. Artinya dalam kesepakatan tersebut, jual beli dapat diartikan sebagai konsumen (pembeli) serta pelaku usaha (penjual).¹

Menurut Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK), bahwa konsumen didefinisikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang serta jasa yang tersedia di masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pribadi, kebutuhan orang lain, atau makhluk hidup lainnya, tanpa tujuan untuk memperdagangkannya. Dengan demikian, setiap pelanggan dapat dipahami sebagai pengguna jasa atau produk. Menurut Zulham, konsumen bisa dikatakan sebagai seseorang yang mempergunakan barang atau jasa untuk mencukupi

¹ Putreti Asyifa Octavia Afandy, et.al, “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 1 (2021): hlm. 14.

kepentingan keluarga, pribadi serta orang lainnya, hendaknya tidak berdagang lagi untuk mendapatkan keuntungan.²

Melalui Pasal 1 angka (3) UUPK, bahwa pelaku usaha mencakup setiap individu atau entitas bisnis, baik berbentuk badan hukum maupun tidak, yang beroperasi dalam wilayah hukum Indonesia, baik secara mandiri maupun bersama melalui perjanjian untuk menjalankan kegiatan usaha di berbagai sektor ekonomi. Dari asumsi Argam Lailan, pelaku usaha ialah badan hukum atau perseorangan yang melaksanakan aktivitas berbisnis, baik mempunyai status hukum maupun tidak, dan bertujuan untuk ikut serta dalam sektor perekonomian untuk memperoleh keuntungan. Pelaku usaha perlu bertanggung jawab dalam menciptakan, menghasilkan serta mendistribusikan jasa serta produk kepada konsumen.³

Hadirnya perkembangan teknologi dan informasi memberikan kemajuan kepada masyarakat luas di Indonesia dalam memperoleh informasi dan mengetahui berbagai produk jasa serta produk untuk memenuhi kebutuhan. Teknologi telah membawa banyak keuntungan khususnya dalam perdagangan elektronik.⁴ Teknologi informasi telah mengubah cara orang berinteraksi. Dari pengembangan teknologi serta ilmu pengetahuan telah menghasilkan suatu inovasi yang dikenal sebagai internet. Komunikasi internet bertujuan untuk berkomunikasi dengan orang-orang di berbagai wilayah, negara, dan dunia

² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013, hlm. 18.

³ Argam Lailan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Medan: Cv Pustaka Prima, 2022, hlm. 13-14.

⁴ Husnul Khatimah, "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi lazada dan shopee", *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 4, no. 3 (2022): hlm. 385.

melalui pesan yang dikirim. Indonesia dikatakan menjadi negara dengan pengguna internet aktif terbanyak di dunia. Internet sudah mempermudah orang untuk bersosialisasi dan berbagi informasi dan juga memungkinkan untuk membeli dan menjual secara *online*.⁵

Teknologi informasi dalam jual beli *online* yang kini hadir adalah pemasaran elektronik. *E-commerce (electronic commerce)* ialah transaksi penjualan yang menggunakan perangkat elektronik telah memberikan kemudahan dan efisiensi waktu tanpa harus pergi keluar rumah untuk membeli barang dan jasa. *Platform* penjualan situs online telah hadir lebih dari 10 situs yang ada di dunia. Banyaknya situs penjualan *online* tersebut menunjukkan bahwa terjadi perubahan dalam perilaku berbelanja konsumen. Perilaku tersebut mengalami perubahan dari berbelanja secara *offline* ke *online*.⁶

Diterbitkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), mengandung dua poin penting, pertama undang-undang ini menetapkan legalitas transaksi dan dokumen elektronik dalam ranah hukum perikatan dan pembuktian sehingga memastikan keabsahan hukum transaksi elektronik dan Kedua, undang-undang tersebut mengatur berbagai bentuk tindak pidana yang berkaitan dengan penyalahgunaan teknologi dan informasi, termasuk ketentuan mengenai sanksi pidananya.

⁵ AP Afrianto, "Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia", *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no.1 (2021): hlm. 8.

⁶ Nur Afifah RP, Sri Setyo Iriani, "Faktor - Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di *Shopee*", *Jurnal Komunika* 8, no. 2 (2019): hlm. 70.

Seiring meningkatnya transaksi *online* pada *platform* yang sudah diminati masyarakat, semakin banyak juga tantangan positif dan negatif yang harus dihadapi oleh para konsumen. Tantangan tersebut berupa dampak positif seperti memberikan kemanfaatan bagi konsumen untuk berbelanja secara bebas sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen itu tersendiri. Adapun dampak negatif bagi konsumen pada posisinya menjadi lemah karena pelaku usaha dapat bertindak sesuai keinginannya yang dapat menyebabkan kerugian dan kekecewaan kepada konsumen.⁷

Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan *platform e-commerce* untuk menjual produk yang menyerupai merek terkenal tanpa izin, dengan memanfaatkan hal tersebut, pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan pribadi.⁸ Membeli barang murah pada merek lain kemudian dijual kembali barang tersebut dan menempelkan merek sendiri yang dijual dengan harga lebih tinggi seolah-olah merek tersebut ialah hasil produksi sendiri merupakan fenomena meningkatnya kasus imitasi atau rebranding ilegal, sehingga menyebabkan kerugian karena produk yang konsumen terima tidak sama dengan penawarannya. Dimana pengusaha yang tidak bertanggung jawab ini akan mengancam keberlangsungan merek-merek asli yang menyebabkan kerugian.

Salah satu aplikasi pemasaran *online* yang banyak digemari oleh warga Indonesia adalah *shopee*. *Shopee* diasumsikan sebagai situs *web marketplace*

⁷ *Ibid.*

⁸ Yanci, Aris, dan Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): hlm. 183.

sangat populer di Asia Tenggara yang menawarkan keuntungan bagi konsumen, pelaku usaha, dan mitra bisnis. *Shopee* dapat diakses untuk berbelanja secara fleksibel. Pengguna bisa menjual serta membeli berbagai produk, mulai dari barang kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, tas, sepatu, dan jam tangan hingga produk elektronik dan *fashion*. Beberapa merek mahal dan terkenal yang ada di aplikasi *shopee* yaitu merek *Eiger* dan *Buttonsscarves* berasal dari Indonesia sedangkan merek *Aldo* dan *Hush Puppies* berasal dari luar negeri. Adanya sistem ulasan dan rating memungkinkan konsumen untuk melihat pengalaman pengguna lainnya sebelum konsumen tersebut membeli produk yang sama.⁹ *Shopee* sebagai *platform* yang sudah terpercaya di Indonesia, nyatanya masih kebobolan oleh pelaku usaha yang memanfaatkan merek terdaftar yang menjual barang kepada konsumen tidak sesuai dengan ketentuan awal yang ditawarkan. Brand ini telah terdaftar yang mana barang tersebut tidak diproduksi sendiri oleh pelaku usaha, melainkan hanya menempelkan merek lain atas namanya sendiri, sehingga konsumen mengalami kerugian atas pembelian barang pada merek ini.

Merek dijadikan sebuah Hak Kekayaan Intelektual yang tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek), merupakan suatu tanda yang bisa berupa huruf, nama, gambar, kata, kombinasi warna, atau perpaduan dari elemen-elemen tersebut yang memiliki ciri khas dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa.¹⁰

⁹ Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo, dkk, *Buku Panduan Marketplace*, Surabaya: Cv. Global Aksara Pers, 2021, hlm. 23.

¹⁰ Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar", *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): hlm. 124.

Menurut Debi Eka Putri, merek dapat didefinisikan sebagai suatu produk atau layanan spesifik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti simbol, nama serta logo lainnya yang dipakai guna mengidentifikasi pelanggan serta produsen. Merek akan mengaitkan sebagian pihak, *pertama* konsumen ialah merek yang berkaitan pada suatu barang. *Kedua branding* adalah proses menciptakan merek di benak konsumen pada suatu produk tertentu.¹¹

Merek dapat dilindungi setelah merek tersebut didaftarkan melalui Pasal 3 UU Merek, perlindungan hukum terhadap merek diberikan sesudah terverifikasi didaftar umum merek. Dengan demikian, merek terdaftar memberikan hak dan kewajiban tertentu kepada pemegangnya. Hak pemegang merek dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (5), yang menyatakan bila pemegang merek mendapatkan hak eksklusif dari negara untuk periode yang sudah ditentukan. Hak ini memungkinkan pemilik merek untuk menggunakannya secara pribadi atau membagikan perizinan bagi pihak lainnya. Kewajiban pemegang merek tercantum melalui Pasal 74 ayat (1), yang mewajibkan pemilik merek untuk menggunakan mereknya dalam perdagangan barang atau jasa dan apabila tidak dipakai hingga 3 tahun berturut-turut tanpa alasan yang dapat diterima, merek tersebut dapat dihapus dari daftar umum merek.¹²

Penjualan merek terkenal dan diminati banyak konsumen, akan menguntungkan pihak pelaku usaha. Konsumen tidak ragu-ragu dalam membeli produk merek tersebut dan konsumen akan kembali membeli barang yang

¹¹ Debi Eka Putri, dkk, *Brand marketing*, Bandung : Widiana Bhakti Persada, 2021, hlm. 38.

¹² Rouf Fajrin Widiyanto, "Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum", *Jurnal Lex Renaissance* 7, no. 2 (2022): hlm. 419.

diinginkan karena merek sudah didaftarkan. Dengan adanya kepercayaan dari pelaku usaha bahwa merek sudah terdaftar, konsumen tidak segan mengeluarkan uang dengan harga yang lumayan tinggi yaitu berkisar dari harga lima ratus ribu keatas hingga jutaan. Konsumen merasa jika membeli dengan harga tinggi maka kualitas barang tersebut sudah terjamin dan pemakaian akan tahan lama. Tetapi, terdapat pelaku usaha yang tidak mengeluarkan biaya produksi agar tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan contohnya peralatan, sewa bangunan, tenaga kerja, sehingga pelaku usaha dengan merek terkenal hanya membeli produk merek milik orang lain dan dijual kembali dengan harga yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas yang menyatakan jual beli barang merek terdaftar menyebabkan kerugian karena tidak sesuai ketentuan yang diberikan oleh pelaku usaha dalam aplikasi *shopee* contohnya ialah merek Hamlin. Hamlin telah mengelola tokonya dengan baik karena Hamlin memiliki reputasi yang tinggi. Konsumen tidak ragu untuk membeli secara *online* karena merek Hamlin pada aplikasi *shopee* sudah diberikan status (Mall). Hal ini memberikan kepercayaan konsumen terhadap kualitas barang tersebut. Merek Hamlin berdiri sejak tahun 2019 yang mengusung tema *simply yet elegant*. Target pasar utamanya adalah kaum menengah keatas yang dijual berkisar harga ratusan hingga jutaan. Pada bulan Maret 2024, merek Hamlin terjerat kasus dalam isu diduga menjual barang murah yang harganya selangit. Isu ini berawal ketika *vlogger* kecantikan bernama Arianti membagikan pengalamannya di *Tiktok*. Dalam video tersebut ia menjelaskan bahwa telah membeli satu buah *sleeve*

laptop bermerek Hamlin yang telah lama ia beli, ternyata stempel logo Hamlin tersebut lepas dan terlihat logo merek brand lain. Arianti menelusuri harga produk dari merek lain tersebut, nyatanya harga barangnya lebih mudah berkali-kali lipat dari pada ia membayar produk Hamlin.¹³

Atas kerugian yang ditimbulkan dengan beredarnya produk-produk yang tidak sesuai dengan deskripsi *shopee* mengakibatkan kerugian bagi setiap pelanggan dalam kegiatan pemasaran yang dikategorikan sebagai tindakan menyimpangi hukum. Pada Pasal 7 huruf a tentang UUPK, pelaku usaha diwajibkan untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik, yaitu bertindak jujur, adil, dan tidak merugikan konsumen. Maksudnya pelaku usaha melakukan kegiatan usahanya dengan mengeluarkan produk hasil produksi sendiri tanpa harus menjual harga lebih tinggi yang tidak sesuai dengan kualitas barang, hal ini pelaku usaha tidak melaksanakan UU. Pada pasal 4 angka 2 UUPK, setiap konsumen mempunyai hak untuk menentukan pilihan atas jasa atau produk yang diinginkan juga memperoleh produk sesuai dengan jaminan, kondisi serta harga yang sudah disepakati. Setiap konsumen mempunyai hak mendapati data secara transparan, jelas serta benar mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Bila jasa atau produk yang diterimanya tidak sama dengan kesepakatan, konsumen bisa meminta kompensasi berupa penggantian produk, perbaikan, atau pengembalian dana.¹⁴ Berdasarkan uraian latar

¹³ Alifa Sherli Septyani dan Hanny Hafiar, "Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Eving Goffman", *Jurnal Sosial dan Humaniora* 2, no. 2 (2024): hlm. 29.

¹⁴ Muhammad Qustulani, *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen Stisnu Nusantara Tim Dosen*, Tangerang : PSP Nusantara Press, 2018, hlm. 34.

belakang tersebut diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*”**.

B. Rumusan Masalah

Dari berbagai isu yang sudah dijabarkan dalam latar belakang tersebut, maka perumusan masalah penelitian ini bisa disajikan seperti berikut:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Mengenai Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*?
2. Bagaimana Tanggung Jawab Pelaku Usaha Mengenai Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan pasti ingin meraih suatu tujuan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan tersebut, tujuan penulis mencakup:

1. Untuk menjelaskan perlindungan hukum konsumen jual beli barang merek terdaftar atas kerugian karena tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dalam aplikasi *shopee*.
2. Untuk menjelaskan tanggung jawab pelaku usaha jual beli barang merek terdaftar atas kerugian karena tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dalam aplikasi *shopee*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di inginkan peneliti dalam melaksanakan studi ini berupa:

1. Manfaat Teoritis

Di inginkan studi ini bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas isu-isu serupa terutama penelitian terkait perlindungan hukum di Indonesia terhadap konsumen atas tanggung jawab pengusaha yang menjual produk merek terdaftar tidak sama dengan ketentuan yang ditawarkan dalam aplikasi *Shopee*.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Penulis

Di inginkan studi ini sanggup memperluas cara berpikir kritis dan terstruktur, penulis mampu menganalisis masalah seperti menganalisis informasi, menyusun argumen, serta menyajikan ide dengan cara yang logis. Penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pembaca, tetapi memberikan kepuasan pribadi bagi penulis karena membantu memotivasi orang lain. Diselenggarakannya studi ini menjadi sebuah kriteria untuk mendapati gelar Sarjana Hukum.

b. Untuk Konsumen

Dalam penelitian ini bagi konsumen ialah memberikan manfaat berupa pemahaman dan pengetahuan yang dapat membantu para konsumen dalam pemberian panduan praktis akibat mengalami kerugian pembelian barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, sehingga konsumen akan lebih memahami hak-hak mereka yang telah dilanggar oleh pelaku

usaha serta melindungi konsumen dari kerugian pembelian barang merek terdaftar tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dalam aplikasi *Shopee*.

c. Untuk Pelaku Usaha

Adanya penelitian ini dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggungjawab tidak hanya di *Platform Shopee* tapi *platform* lainnya juga seperti *Zalora*, *Tokopedia*, *Blibli* serta toko *offline* pelaku usaha itu sendiri. Pelaku usaha diharuskan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, terutama dalam hal keaslian produk dan transparansi informasi.

d. Untuk *Platform Shopee*

Dalam penelitian dijelaskan mengenai kelebihan dan kekurangan dari *Platform Shopee* mengenai adanya barang yang dijual tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dan sudah berstatus Mall. Diharapkan *shopee* bisa memanfaatkan data serta informasi dari pelaku usaha yang sebenarnya untuk mengembangkan teknologi yang lebih baik dalam mendeteksi dan menghapus produk yang telah melanggar kebijakan *platform* dimasa depan. Hal ini bisa menjadi manfaat jangka panjang dalam hal pengembangan teknologi dan peningkatan keamanan *platform*.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup ini akan menggambarkan batas-batas yang mempersempit area suatu kajian. Karena cakupan hukumnya yang luas dan terdapat beberapa keterbatasan dalam studi ini, sehingga ada beberapa keterbatasan pada studi

ini¹⁵, sehingga penelitian ini berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Barang Merek Terdaftar atas Kerugian karena Tidak Sesuai Ketentuan yang Ditawarkan dalam Aplikasi *Shopee*”.

F. Kerangka Teori

1. Teori Perjanjian

Dari asumsi Prof. R. Subekti, SH. Mendefinisikan perjanjian sebagai sebuah kejadian antar setiap pihak yang menyatakan janji serta mereka sudah sepakatan dalam menjalankan suatu kewajiban.¹⁶ Teori ini mencakup berbagai elemen penting yang diperlukan untuk menciptakan dan mengatur perjanjian yang valid dan mengikat secara hukum. Perjanjian harus dibuat untuk tujuan yang legal serta tidak bersimpangan dengan norma-norma yang ada. Jika tujuan dari perjanjian tersebut melanggar hukum, sehingga kesepakatannya dianggap tidak sah.

Kesepakatan jual beli dibedakan menjadi dua bentuk yaitu, *pertama* jual beli secara konvensional adalah Transaksi yang berlangsung secara langsung antar pembeli serta penjual dilokasi fisik, misalnya pasar atau toko. Proses ini melibatkan interaksi tatap muka, di mana pembeli dapat melihat, menyentuh, dan mencoba produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. *Kedua*, jual beli *online* dilaksanakan dari *platform digital*, misalnya *website* atau aplikasi. Pembeli memilih barang, melakukan pembayaran, dan menunggu pengiriman tanpa bertatap muka dengan

¹⁵ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 111.

¹⁶ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Intermasa, 2005, hlm. 1.

penjual. Melalui “Pasal 1457 KUH Perdata mengatur jual beli sebagai perjanjian di mana salah satu pihak berjanji menyerahkan barang, sementara pihak lainnya berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati”.¹⁷

Supaya perjanjian diasumsikan sah, perlu dicukupi kriteria yang tercantum di Pasal 1320 KUH Perdata, yang mencakup:

- a. Syarat subjektif
 - a) Kesepakatan para pihak, setiap pihak yang terlibat dalam perjanjian harus sepakat terhadap isi dan tujuan yang disepakati bersama. Pasal 1321 KUH Perdata menyatakan suatu perjanjian dianggap tidak sah apabila diperoleh melalui kekhilafan, penipuan serta paksaan.
 - b) Kecakapan setiap pihak, Para pihak yang membentuk kesepakatan haruslah orang yang cakap secara hukum, artinya mereka memiliki kemampuan hukum untuk melakukan tindakan hukum, seperti tidak ada dibawah pengampuan serta sudah dewasa. Menurut Pasal 1330 KUHPerdata, seseorang dianggap sudah dewasa dan memiliki kecakapan untuk bertindak jika telah mencapai umur 21 tahun. Namun ada beberapa pengecualian yaitu di Pasal 330 KUHPerdata, bahwa ketika seseorang telah menikah sebelum usia 21 tahun telah diasumsikan cakap dalam melaksanakan perbuatan hukum.

¹⁷ Besty Habeahan dan Aurelius Rizal Tamba. “Perlindungan Hukum Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Sistem Elektronik”. *Jurnal Magister Hukum Program Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen* 02, no. 01 (2021): hlm. 48.

b. Syarat objektif

- 1) Suatu hal tertentu, Objeknya perlu jelas serta bisa diketahui jenis juga karakteristiknya, sehingga bisa dijadikan subjek dalam perjanjian. Para pihak wajib melaksanakan prestasi sesuai Pasal 1234 KUHPerdara berupa berbuat sesuatu, memberikan sesuatu, serta tidak berbuat sesuatu.
- 2) Suatu sebab yang halal, tujuannya harus sesuai dengan hukum, moral, norma serta kaidah yang berlaku selaras pada Pasal 1337 KUH Perdata.

Akibat hukum jika suatu kriteria sahnya kesepakatan tidak terpenuhi misalnya *pertama*, apabila tidak terpenuhinya syarat subjektif maka akibat hukum dari perjanjian bisa diminta pembatalan atau dibatalkan. *Kedua*, bila tidak terpenuhinya syarat objektif sehingga akibat hukum dari kesepakatan itu batal demi hukum. Oleh karena itu teori perjanjian ini digunakan untuk menganalisis pertanggungjawaban pelaku usaha atas penjualan barang merek terdaftar yang dipasarkan dengan nominal lebih tinggi dari harga normal di aplikasi *shopee*.

2. Teori Perlindungan Hukum

Teori ini diasumsikan sebagai konsep yang mengikuti tindakan penguasa untuk menjamin hak dan keadilan seseorang atau kelompok dalam masyarakat. Teori ini berkembang dari pemikiran bila tiap individu memiliki sebagian hak yang mesti dijaga hukum dari segala bentuk pelanggaran atau tindakan sewenang-wenang. Perlindungan hukum menjadi dasar bagi sistem

hukum yang adil dan berfungsi untuk menjaga ketertiban sosial serta mencegah terjadinya ketidakadilan. Dari asumsi Satjipto Rahardjo, Lindungan hukum merupakan usaha dalam melindungi serta menjaga HAM yang sudah dirugikan oleh tindakan piha lain, dengan tujuan agar setiap haknya bisa dinikmati setiap individu.¹⁸

Dari asumsi Muchsin, teori ini berupa bentuk upaya dalam menjaga subjek hukum melalui penerapan suatu kebijakan, di mana pelaksanaannya bisa dipaksa dari pemberian sanksi. Muchsin mengklasifikasikan 2 wujud perlindungan hukum tersebut mencakup :

a. Perlindungan Preventif

Pemerintah menyediakan perlindungan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dengan menetapkan regulasi disuatu kebijakan. Perlindungan ini dicantumkan dalam suatu kebijakan yang berfungsi sebagai pedoman dan batasan dala menjalankan kewajiban.

b. Perlindungan Represif

Perlindungan ini ialah langkah terakhir yang diwujudkan melaui hukuman, misalnya hukuman penjara, denda, serta lainnya, yang dijatuhkan sesudah terjadinya sengketa atau penyimpangan.¹⁹

Kedua bentuk perlindungan hukum diatas sangat penting dalam menjaga hak-hak individu karena dapat mencegah terjadi penyalahgunaan kekuasaan oleh pihak lain. Pada penelitian skripsi ini hanya berfokus terhadap bentuk

¹⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 53.

¹⁹ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003, hlm. 14.

perlindungan hukum yang kedua yaitu perlindungan represif, karena penelitian ini terfokus pada tindakan yang telah terjadi mengenai kerugian pelanggan atas pembelian produk yang dijual tidak sama dengan ketentuan dalam aplikasi *shopee*. Sebagai akibat dari kerugian yang dialami, muncul konsep hukum perlindungan konsumen, yang meliputi seluruh prinsip serta kebijakan dalam melindungi serta mengatur permasalahan yang berhubungan dengan pemakaian serta penyediaan jasa atau produk.²⁰

Terbitnya UUPK di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kewajiban serta hak setiap pelaku usaha serta pelanggan. Undang-undang yang disahkan di Indonesia hingga saat ini yaitu UUPK. Setiap pelanggan ada diposisi yang lemah daripada pengusaha karena menghadapi ketidakjelasan terkait pemakaian jasa atau produk yang disediakan. Pengusaha biasanya menetapkan ketentuan secara sepihak, dan konsumen hanya mempunyai pilihan untuk menolak tanpa negosiasi (*take it or leave it*) atau menerima sepenuhnya.

Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha berpegang pada prinsip ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal dengan modal seminima mungkin. Kondisi ini berpotensi menyebabkan konsumen mengalami kerugian, baik dengan langsung serta tidak. Setiap pelanggan akan mempunyai hak-hak yang mesti dijaga. Tanpa perlindungan memadai, setiap

²⁰ Fitriah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial". *Jurnal Unpal* 18, no. 3 (2020): hlm. 379.

pelanggan dapat menjadi korban praktik usaha yang merugikan, misalnya manipulasi serta pemalsuan.²¹

Dalam transaksi elektronik, setiap pelanggan mempunyai hak yang mesti dilindungi oleh pelaku usaha serta *platform e-commerce* seperti *shopee*. Hak-hak tersebut mencakup hak untuk memperoleh informasi yang akurat, hak atas keselamatan serta keamanan dalam penggunaan jasa atau produk, juga hak mendapati kompensasi apabila terjadi kerugian. Penjual produk bermerek, yang dijual tidak sama dengan ketentuan yang ditawarkan dalam *shopee* mengakibatkan barang tidak sesuai dengan kualitas, merupakan pelanggaran serius terhadap hak-hak konsumen, karena konsumen tidak hanya dirugikan secara finansial tetapi juga berpotensi mendapati barang yang tidak sesuai standar.

3. Teori Tanggung Jawab Hukum

Dalam ilmu hukum, teori ini menjelaskan dasar dan alasan seseorang atau suatu entitas dapat dimintai pertanggungjawaban hukum atas kelalaian yang dilaksanakan. Hans Kelsen menyatakan bahwa tanggung jawab ini muncul saat seseorang bertindak menyimpangi hukum.²² Kerugian yang terjadi akibat pembelian barang tidak sesuai dengan ketentuan deskripsi produk harus menjadi tanggung jawab pengusaha. Bila pelanggannya merasakan kerugian setelah melakukan pembelian barang, pengusaha mesti

²¹ “Yuk Pahami Hukum Persaingan Usaha Demi Kelancaran Berusaha”, hukum online.com, <https://www.hukumonline.com/>, 15 Februari 2019, diakses pada tanggal 18 Agustus 2024 pukul 13.30 WIB.

²² Hans Kelsen, *Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*, Bandung: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 81.

bertanggung jawab, terutama bila dikarnakan tindakan yang tidak adil atau menyesatkan terkait penetapan harga yang tida sesuai dengan kualitas barang. Melalui “Pasal 7 UUPK, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap setiap kerugian yang dialami konsumen apabila barang yang disediakan tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang ditentukan”.

Teori yang dipakai studi ini ialah teori yang menganalisa tanggung jawab pelaku usaha atas tindakannya melakukan perbuatan melanggar hukum sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen. Terdapat tiga (3) prinsip tanggung jawab hukum dalam UUPK mencakup:²³

a. Prinsip *negligence*

Prinsip ini menitikberatkan pada tindakan pelaku usha, di mana tanggung jawab ditentukan berdasarkan ada atau tidak adanya unsur kelalaian. Jika konsumen mengalami kerugian akibat kelalaian pelaku usaha, maka berhak mengajukan tuntutan ganti rugi.

b. Prinsip *breach of warranty*

Prinsip ini mengharuskan pelaku usaha menepati janji atau jaminan yang telah diberikan terkait jasa atau barang yang ditawarkan. Apabila pengusaha gagal menunaikan kewajiban tersebut, pelaku usaha dapat dianggap melakukan wanprestasi dan perlu bertanggung jawab atas kerugian.

²³ *Ibid*, hlm. 83-95.

c. Prinsip *strict product liability*

Prinsip ini didasarkan pada kenyataan bahwa konsumen memiliki keterbatasan dalam melindungi diri dari risiko kerugian akibat produk yang cacat. Oleh karena itu, prinsip ini diterapkan untuk memberikan perlindungan yang lebih kuat bagi konsumen dengan menuntut tanggung jawab penuh dari pengusaha.

Pada studi ini lebih menekankan pada teori pertanggung jawaban pada prinsip tanggung jawab mutlak. Prinsip tersebut tercantum di Pasal 1367 dan 1368 KUHPerdara. Pasal 1368 KUHPerdara menjelaskan kewajiban subjek hukum untuk bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan produk yang ada dipengawasannya. Misalnya dari kasus ini konsumen membeli barang merek Hamlin dijual dengan harga selangit tetapi kualitas tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, setelah barang tersebut dipakai, konsumen menemukan bahwa barang tersebut memiliki cacat produksi menyebabkan barang tersebut cepat rusak, yang mana harga tersebut tidak sebanding dengan kualitas barang. Konsumen pun mengalami kerugian akibat kerusakan tersebut.

Menggunakan prinsip *strict liability* dalam perlindungan konsumen, terutama dalam hal tanggung jawab produk, akan mempermudah proses pembuktian dan secara efektif melindungi konsumen. Tujuan dari penerapan ini bukan untuk menyulitkan pelaku usaha, melainkan karena posisi pengusaha yang lebih kuat daripada konsumen. Dari asumsi Yessy Kusuma Dewi, dengan menerapkan konsep pertanggungjawaban mutlak, akan bisa

meraih target perlindungan konsumen, karena setiap pelangganya bisa lebih mudah mendapati serta menjaga haknya. Hal ini berbeda dari konsep kesalahan, dimana setiap pelanggan masih memiliki tanggung jawab untuk memberi fakta bila produsen telah melakukan kesalahan.²⁴

G. Metode Penelitian

Menurut Nur Solikin penelitian pada dasarnya membantu masyarakat memperoleh pengetahuan, jawaban, dan tujuan ilmiah, bukan berdasarkan asumsi belaka. Dengan demikian, fokus utama dari metode ini untuk mendapatkan data yang nantinya dapat merespon rumus permasalahan yang dibentuk. Penelitian akan membantu setiap individu dalam mendapati wawasan yang bersifat ilmiah.²⁵

1. Jenis Penelitian

Studi ini berjenis normatif atau studi hukum yang bertujuan mendapati doktrin serta asas hukum yang berlaku, literatur hukum serta setiap kebijakan mengenai perlindungan konsumen.²⁶ Pendekatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi serta menganalisa kebijakan hukum yang berlaku untuk menjaga setiap pelanggan pada pemasaran barang merek terdaftar atas kerugian karena tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dalam *shopee*.

²⁴ Yessy Kusuma Dewi dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahra, 2022, hlm. 78-79.

²⁵ Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2021, hlm. 58-60.

²⁶ *Ibid*, hlm. 33.

2. Pendekatan Penelitian

Skripsi ini menerapkan 2 (dua) pendekatan yang mencakup:

a) Pendekatan *Statue Approach* (Perundang-undangan)

Pendekatan ini diselenggarakan secara menelaah beragam kebijakan serta regulasi yang relevan dengan isu hukum terkait. Seperti peraturan tentang Perlindungan Konsumen, Merek, Transaksi Elektronik, dan lain sebagainya.²⁷

b) Pendekatan *Case Approach* (Kasus)

Pendekatan ini berfokus pada analisis dan studi mendalam terhadap kasus-kasus tertentu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Tujuannya untuk memahami kaidah serta norma yang dilaksanakan dalam praktik hukum perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha yang menjual barang merek terdaftar khususnya terkait kerugian akibat ketidaksesuaian dengan penawaran di *shopee*.²⁸

3. Bahan dan Sumber Hukum

Sumber serta bahan hukum studi ini mencakup:

a. Bahan Hukum Primer

- 1) KUHPerdata;
- 2) UU No 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen;
- 3) UU No 19 Tahun 2016 atas dirubahnya UU No 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE);

²⁷ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Banyumedia Publishing, 2005, hlm. 302-305.

²⁸ *Ibid*, hlm. 321-322.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan ini berfokus pada bahan hukum yang berperan menjadi penerang dari bahan primer. Ini terjadi karena bahannya diperoleh dari sumber-sumber tambahan selain bahan hukum primer, seperti karya tulis orang lain, rancangan undang-undang, serta hasil penelitian yang dilakukan oleh pihak lain. Penulis dapat memahami masalah hukum tersebut dengan merujuk pada hasil penelitian orang lain.²⁹

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan ini akan membagikan penjabaran tambahan terkait bahan hukum sekunder serta primer, misalnya ensiklopedia, kamus, serta lainnya.³⁰

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Studi ini akan menghimpun bahan norma-norma hukum positif, doktrin, yang kesemuanya berbasis pada dokumen tertulis.³¹ Tujuannya adalah untuk menemukan bahan hukum bersifat tersier, primer serta sekunder khususnya terkait dengan jual beli barang merek terdaftar atas kerugian karena tidak sesuai ketentuan yang ditawarkan dalam *shopee*.

²⁹ Nitaria Angkasa, dkk, *Metode Penelitian Hukum Sebagai Suatu Pengantar*, Lampung: Cv. Laduny Alifatama, 2019, hlm. 7.

³⁰ *Ibid*, hlm. 57

³¹ Bahctiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang: Unpam Press, 2018, hlm. 137.

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Studi ini bermetode deskriptif kualitatif secara menganalisis makna yang terkandung dalam peraturan perundang-undangan dalam rangka menyelesaikan masalah hukum yang akan dibahas. Masalah hukum tersebut bertujuan menggambarkan peraturan hukum mengenai perlindungan konsumen.³²

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Teknik ini akan didapati dari hasil suatu studi. Pada studi ini, penulis memakai teknik deduktif secara menguraikan aspek umum kemudian dilanjutkan dengan aspek yang lebih khusus. Setelah melakukan metode tersebut, maka sebuah kesimpulan dapat ditarik dan menjadi sebuah akhir dalam penelitian.³³

³² *Ibid.* hlm. 145.

³³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, 2020, hlm.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adhigama A. Budiman, Genoveva Alicia, Maidina Rahmawati, & Zainal Abidin, 2021. *Mengatur Ulang Kebijakan Pidana di Ruang Siber*, Jakarta Selatan: *Institute for Criminal Justice Reform (ICJR)*.
- Ahmad Jibril, 2021. *Teori Perilaku Konsumen*, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Agus Suwandono. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Tangerang: Universitas Terbuka.
- Argam Lailan. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Medan: Cv Pustaka Prima.
- Az. Nasution. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cetakan ke II, Jakarta: Diadit Media.
- Bagus Arif Andrian. 2011. *Manusia dan Tanggung Jawab*, Jakarta: Sinar Graffika.
- Bahctiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang: Unpam Press.
- Bambang Sunggono. 2012. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Citra Ramadhan, Fitri Yanni Dewi Siregar, & Bagus Firman Wibowo, 2023. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Deliserdang: Universitas Medan Area Press.
- C.S.T Kansil dan Christine. 1998. *Pengantar Ilmu Hukum Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta Jaya.
- Debi Eka Putri, dkk. 2021. *Brand marketing*, Bandung : Widiana Bhakti Persada.
- Dian Meliantari. 2023. *Produk dan Merek*, Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Djoko Prakoso & Bambang Riyadi Lany, 1987, *Dasar Hukum Persetujuan Tertentu di Indonesia*, Jakarta: Bina Aksara.
- Dwi Ratna Kartikawati. 2019. *Hukum Kontrak*, Bekasi: CV. Elvaretta Buana.
- Edwin Zusrony. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

- Erwin, dkk. 2023. *Digital Marketing Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*, Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Esther Masri, Oti Handayani, Rama Dhianty, & Sri Wahyuni, 2019. *Buku Ajar: Hukum Perlindungan Konsumen*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Hans Kelsen. 2006. *Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*, Bandung: PT. Raja Grafindo Persada.
- Herlien Budiono. 2010. *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*, Bandung: Citra Aditya.
- Herowati Poesoko, 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan & Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana*, Bali: Udayana University Press.
- Hulman Panjaitan. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen Reposisi dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Memberikan Perlindungan dan Menjamin Keseimbangan dengan Pelaku Usaha*, Jakarta: Penerbit Jala Permata Aksara.
- I Ketut Oka Setiawan, 2024, *Hukum Perdata Mengenai Perikatan*, Jakarta: FH Utama.
- Johannes Gunawan & Bernadette, 2021. *Perjanjian Baku Masalah dan Solusi*, Jakarta: Deutsche Gesellschaft Fur.
- Johnny Ibrahim. 2005. *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Banyumedia Publishing.
- Joni Emirzon, Annalisa Yahanan, & Putu Samawati, 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen: Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Joseph Teguh Santoso. 2021. *E-Commerce Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Komariah, 2005. *Hukum Perdata*, Malang: UMM Press.
- Lukman Santoso Az. 2016. *Hukum Perikatan*, Malang: Setara Press.
- Leni Cahyani, Nellyningsih, & Dandy Marcelino, 2020. *How To Improve Understanding and Effective Salesmanship Implementation*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

- M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Martha Eri Safira. 2017. *Hukum Perdata*, Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Muchsin. 2003. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press.
- Muhammad Qustulani. 2018. *Modul Mata Kuliah Perlindungan Hukum & Konsumen Stisnu Nusantara Tim Dosen*, Tangerang : PSP Nusantara Press.
- Muchsin. 2003. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Surakarta: Disertasi S2 Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret.
- Nanda Amalia. 2013. *Hukum Perikatan*, Aceh: UnimalPress.
- Nitaria Angkasa, dkk. 2019. *Metode Penelitian Hukum Sebagai Suatu Pengantar*, Lampung: Cv. Laduny Alifatama.
- Nurnaningsih Amriani, 2012. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Cetakan ke-2.
- Nur Solikin. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*, New Jersey: Pearson.
- Ridho Syawali, Anjeng Puspita Ningrum, & Arisantoto, 2023. *Perancangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Website pada Tokopedia*, Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Rio Nardo, dkk. 2024. *Branding Strategy Di Era Digital*, Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- R. Soekardono. 2004. *Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sabtarini Kusumaningsih. 2021. *Joko Sutopo, dkk, Buku Panduan Marketplace*, Surabaya: Cv. Global Aksara Pers.
- Satjipto Rahardjo. 2000. *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Sidharta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan Kedua (edisi revisi), Jakarta: PT. Grasindo.
- Subagyo. 2010. *Buku Sederhana Memahami Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen*, Surabaya.
- Subekti. 2001. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Intermedia.
- Subekti. 2005. *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Intermedia.
- Susilowati S. Dajaan, Deviana Yuanitasari, & Agus Suwandono. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Cakra.
- Turban, 2012. *Electronic Commerce*, United State: Pearson.
- Umi Hani, 2021, *Fiqih Muamalah*, Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary.
- Wiwik Sri Widiarty. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Publika Global Media.
- Yessy Kusuma Dewi dan Grace Sharon. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahra.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), diterjemahkan oleh R.Subekti dan R.Tijtrosudibio, 2018, Cet 41, Jakarta, PT. Balai Pustaka.
- Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42), Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58), Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843).
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251), Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252), Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953.

JURNAL

Abuyazid, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen”, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang* 16, no. 2 (2019).

Achmad Rafli Hidayah, “Sanksi terhadap Penyelenggara E-Commerce Apabila Gagal Dalam Melindungi Data Pribadi Pengguna”, *Journal of Law and Social-Political Governance* 2, no. 2 (2022).

Adam Ardiansyah, Ari Nurjaman, dkk, “Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian Bisnis”, *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi* 2, no. 1 (2024).

Afif Khalid, “Analisis Itikad Baik Sebagai Asas Hukum Perjanjian”, *Jurnal Legal Reasoning* 5, no. 2 (2023).

Agus Triansyah, “Pemberlakuan Asas Pacta Sunt Servanda Dalam Sengketa Kepailitan”, *Badamai Law Journal* 5, no. 2 (2020).

Alifa Sherli Septyani dan Hanny Hafiar, “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Evring Goffman”, *Jurnal Sosial dan Humaniora* 2, no. 2 (2024).

Andhika Mediantara, Hendro Saptono, & Rinitami Njatrijani, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online”, *Diponegoro Law Journal* 8 no. 3 (2019).

Angel Kezia Manatar, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pengiriman Barang Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016”, *Jurnal Lex Previtum* 10 no. 1 (2022).

Ari Apriatman Molle, Teng Berlianty, & Agustina Balik, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk,” *Jurnal Pattimura Law Study Review* 1, no.1 (2023).

Arnando, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Pemenuhan Hak Konsumen Menurut Hukum Positif Indonesia”. *Jurnal Lex Privatum* 6, no. 6 (2019).

- AP Afrianto, “Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia”, *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 3, No.1 (2021).
- Besty Habeahan dan Aurelius Rizal Tamba. “Perlindungan Hukum Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Sistem Elektronik”, *Jurnal Magister Hukum Program Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen* 02, No.01 (2021).
- Budiyanto, Farida Kaplele, dkk, “Penyuluhan Hukum tentang Hak dan Kewajiban Bagi Penjual Makanan dan Minuman Sebagai Pelaku UMKM di Biak Timur”, *Jurnal Pengabdian UMKM* 3, no. 1 (2024).
- Bunga Resgia, Dzikra Delvina N, dkk, “Dinamika Perlindungan Merek dalam Era Digital”. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 3, no. 1 (2024).
- Deden Wahiddin & M. Fikri Nurdiansyah, “Pemanfaatan Platform Digital Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”, *Jurnal Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian* 2, no. 2 (2022).
- Dedon Dianta, “Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis”. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora* 3, no. 1 (2023).
- Dhany Yudha Pratama Widodo & Henny Prasetyani, “Penggunaan *Shopee* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing”. *Journal of System, Information Technology, and Electronics Engineering* 2, no. 2 (2022).
- Elfrida Ratnawati, Faruqy Naifular, & Rosdiana, “Perlindungan Konsumen Atas Penyebaran Berita Bohong Melalui Transaksi Elektronik yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen”. *Jurnal De Jure* 15, no. 1 (2023).
- Faisal Tamimi & Siti Munawaroh, “Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat”, *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi* 2, no. 3 (2024).
- Fazli Abdillah, “Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, *Journal Of Business, Economics, and Finance* 2 No. 1 (2024).
- Fitriah, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial”, *Jurnal Unpal* 18, no. 3 (2020).
- Firdja Baftim & Renny Nansy S. Koloay, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Terdaftar di Indonesia”, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi* 12, no. 2, (2023).

- Furqon Kautsar Syabani, Anggi Elanda, & Lila Setiyani, "Analisis dan Pengembangan Fitur Aplikasi *Tokopedia* Menggunakan Metode *Design Thinking*", *Seminar Nasional: Inovasi & Adopsi Teknologi "Meraverse Is The Of Work,"* (2022).
- Gabriela Clara Bakary, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pangan Jajanan Anak Di Luar Lingkungan Sekolah Dasar", *Jurnal Hukum Ekonomi Bisnis* 3, no. 1 (2019).
- Husnul Khatimah, "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi lazada dan shopee", *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 4, no. 3 (2022).
- I Dewa Ayu Sri Ratnaningsih, "Sahnya Suatu Perjanjian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata". *Jurnal Risalah Kenotariatan* 5, no. 1 (2024).
- I Gede Vera Yudana, I Nyoman Putu Budiarta, & Desak Gede Dwi Arini, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Melalui Sistem *Cash On Delivery* pada *Marketplace*". *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 3 (2022).
- Indriana, "Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha dan Konsumen Terhadap Pembayaran *Cash On Delivery (COD)*". *Jurnal Legal Reasoning* 4, no. 2 (2022).
- Indriani Suci, Muhammad Iqbal Nasution, & Nurbaiti, "Fasilitas *E-Commerce (Lazada)* Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Indonesia". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akutansi* 3, no 6. (2021).
- Irlan Anugrah & Ichwan Setiawan, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Secara Online", *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022).
- Ini Nyoman Ernita Ratnadewi, "Pelaksanaan Transaksi *E-Commerce* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008", *Jurnal IUS* 2, no. 5 (2020).
- Jusma & Fatihani Baso, "Efektivitas Tugas Perlindungan Konsumen Tertib Niaga (PKTN) Provinsi Sulawesi Tenggara dalam Pencantuman Label Produk Makanan", *Jurnal FAWAID Sharia Economic Law Review* 4, no. 1 (2022).
- Jocelyn Cherieshta, Audrey Bilbina Putri, & Rasji, "Penguraian Konsep Tanggung Jawab Dalam Filsafat Hukum: Dari Dimensi Individu Ke Masyarakat", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10 no. 8 (2024).

- Johanis F. Mondoringin, “Tinjauan Hukum Tentang Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli dalam Perjanjian Jual Beli Menurut KUH-Perdata”. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Lex Privatum* 7, no. 3 (2023).
- Komang Restiawan & Wayan Novy Purwanto, “Perlindungan bagi Pengguna E-Commerce dalam Perluasan Ekonomi Global”, *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 2 (2022).
- Kristania Montolalu, Jemmy Sondakh, & Boby Pinasang, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek”, *Jurnal Lex Administratum* 11 no. 04 (2023).
- Laksamana Varelino & Paramita Prananingtyas, “Aspek Hukum Perjanjian Transaksi Jual Beli Secara *Online*”. *Jurnal Notarius* 16, no. 3 (2023).
- Lathifah Hanim, “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat dari Globalisasi Ekonomi”, *Jurnal Pembaharuan Hukum* 1, no. 2 (2019).
- Lisa Caroline Pakpahan, Thereza Dwi Ningrum Siburian, Kezia Thasa Emteta Karina Bangun, dkk, “Analisis Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)”, *Rawang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis* 5, no. 4 (2024).
- Mahir Pradana, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce”, *Jurnal Neo-bis* 9, no. 2 (2019).
- Medeline A Rajalabis, Adonia I. Laturette, & Sarah S. Kuahay, “Wanprestasi Pelaku Usaha Atas Hadiah Dalam Jual Beli Online”. *Jurnal Pattimura Law Study Review* 2, no. 1 (2024).
- Meilina Kusumawardani, Isdiyana Kusuma Ayu, & Benny K. Heriawanto, “Perlindungan Hukum Pihak Shopee Terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian”. *Jurnal Dinamika* 28, no. 8 (2022).
- Mitra Junata Togatorop, I Made Dedy P, & 1 Putu Sudarma Sumadi, “Upaya Hukum Represif Bagi Konsumen Dalam Hal Pengiriman Barang Tidak Sesuai dengan yang Dibeli”, *Jurnal Kertha Negara* 11 no. 8 (2023).
- M. Muhtarom, “Asas-Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak”, *Jurnal Suhuf* 26, no. 1 (2023).

- Muhamad Johansyah Maulana, “Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce Terkait Kerugian”. *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4, no. 2 (2024).
- Mohamad Kharis Umardani, “Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Islam (Al-Quran-Hadist) Secara Tidak Tunai”. *Journal of Islamic Law Studies* 4, no. 1 (2021).
- M. Yadi Harahap, “Batas Kedewasaan Anak Untuk Cakap Hukum Dalam Perspektif Peraturan di Indonesia”, *Jurnal of Gender and Social Inclusion in Muslim Societies* 2, no. 2 (2021).
- Nur Afifah RP, Sri Setyo Iriani, “Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di shopee”, *Jurnal Komunika* 8, no. 2 (2019).
- Nur Windy Bripa Landrawati, “Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Atas Ketidaksesuaian Barang yang Diterima”, *Jurnal Judiciary* 11, no. 2 (2022).
- Nyai Ruhianti, Nuri Alparea, dkk, “Hak dan Kewajiban Warga Negara Berdasarkan Hukum yang Ada di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2023).
- OP Putreti Asyifa, dkk, “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 1 (2021).
- Prasetyo Kamila, “Kepastian Hukum atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek *First To File* Terhadap Merek Terkenal di Indonesia”. *Jurnal Notarius Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU* 1, no. 2 (2022).
- Putri Rahmayanti, Vika Rachayu, & Rijam Syahfutra, “Tinjauan Yuridis Terkait Adanya Klausula Baku Dalam Jual Beli Online Melalui Aplikasi *Online*”, *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (2022).
- Putri Rezeki Lubis, Saidin, dkk, “Tanggung Jawab Hukum Penjual Barang Bekas Online atas Kondisi Barang yang Rusak (Studi pasa Aplikasi Carousell)”. *Jurnal Normatif Fakultas Hukum Universitas Al-Azhar* 4, no. 1 (2024).
- Priambudi Choiril Ilham & Arikha Saputra, “Penerapan Perjanjian Jual Beli Online di Aplikasi Shopee Berdasarkan KUHPERDATA dan UUIE”, *Jurnal Unes Law Review* 6, no. 1 (2023).
- Priskila Dwina Yasmin, Refly Singal, & Mien Soputan, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Korban Pemalsuan Materai Elektronik”. *Jurnal Lex Privatum* 11 no. 4 (2023).

- Rifky Pratama Arief, "Hukum Perlindungan Konsumen atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Gambar pada Transaksi di Marketplace" *Jurnal Unes Law Review* 6, no. 2 (2023).
- Rizkita Dinar Anggraini & Sinarianda Kurnia Hartantien, "Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi dalam Melakukan Transaksi Online". *Jurnal Hukum dan Keadilan* 13, no. 1 (2024).
- Rizky Amelia, Ilyas Sarbini, Adnan, & Sukirman, "Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum* 12, no. 1 (2023).
- Roberto Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik", *Jurnal Ilmu Hukum Alethea* 2, no. 2 (2019).
- Rouf Fajrin Widiyanto, "Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum", *Jurnal Lex Renaissance* 7, no. 2 (2022).
- Rosianna Evanesa Sihombing & Made Gede Subha Karma Resen, "Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan dan Pengawasan)". *Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* 1, no. 6 (2024).
- Ruli Manuel Nainggolan, Boy Luisfigo Sinaga, dkk, "Analisis Perbandingan Penjualan Online dengan Offline pada Usaha Showroom Nabosi Jalan Ring Road No. 58 ABC, Tanjung Sari Kota Medan", *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 4 (2024).
- Sahadi, "Jaminan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar". *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 2, no. 1 (2024).
- Satria Sukananda & Wahyu Adi Mudiparwanto, "Akibat Hukum Terhadap Perjanjian yang Mengandung Cacat Kehendak Berupa Kesesatan atau Kekhilafan (*Dwaling*) di Dalam Sistem Hukum di Indonesia", *Justitia Jurnal Hukum* 4, no. 1 (2020).
- Santoso, Grace Melisa, Indri Anastasia Sitanggung, "Perancangan Website E-Commerce Incedid", *Jurnal Teknik Informatika* 14, no. 1 (2022).
- Sasya Safiranita Ramli, Ahamd M. Ramli, Rika Ratna Permata, Ega Ramadayanti, & Rizki Fauzi, "Aspek Hukum Platform E-Commerce dalam Era Transformasi Digital", *Jurnal Studi dan Media* 24, no. 2 (2020).

- Selvi Nurma Fitriani, dkk, “Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merck Yang Sesuai Dengan Karakteristik Hak Merek”, *Jurnal Rechts* 11, no. 2, (2022).
- Sherly Etika Sari, “Komitmen Konsumen Untuk Membeli Secara Offline Dibandingkan Online”. *Jurnal Media Manajemen Jasa* 12, no. 1 (2024).
- Sholihan, Rusydi, dkk, “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian pada Transaksi E-Commerce”. *Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan* 16, no. 1 (2024).
- Siti Nurwullan & Hendrik Fasco Siregar, “Asas Konsensualisme Dalam Penambahan Klausula Kontrak Berdasarkan Prinsip Itikad Baik”, *Jurnal Prosiding Enchancing Innovations For Sustainable Development Dissemination of Unpams Research Results* 1, no. 1 (2019).
- Sulasi Rongiyati, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik,” *Jurnal Negara Hukum* 10, no. 1 (2019).
- Sri Redjeki Slamet, Fitria Olivia, dkk. “Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Konteks Perjanjian Baku Suatu Tinjauan Keabsahan Hukumnya”, *Jurnal Forum Ilmiah* 21, no. 3 (2024).
- Syaiful Khoiri Harahap, “Analisis Kewenangan Pengadilan Terhadap Putusan Badan Penyelesaia Sengketa Konsumen dalam Perlindungan Konsumen” *Jurnal USM Law Review* 7, no. 2(2024).
- Widya Fitri Adilia, “Persyaratan *E-Commerce* Merugikan Konsumen pada Transaksi Barang Elektronik di *Marketplace*”, *Jurnal Lex Prospicit* 1, no. 1 (2023).
- Yanci, Aris, dan Suartini. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023).
- Yohan Prawira Pakpahan & Imam Haryanto, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Tidak Terdaftar Ditinjau dari Prinsip *Use In Commerce*”. *Jurnal Dialogia Iuridica* 12, no. 2 (2021).
- Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar”, *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020).

INTERNET

- Ari Wahyudi Hertanto, “Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, diakses pada <https://www.ddplaw.co.id> tanggal 9 Desember 2024 pada pukul 18.38.

Dhea Indriyani Putri, Mega Puspitasari & Raisha el, “Analisis Layanan E-commerce Aplikasi (Shopee, Lazada, Tokopedia)”, diakses pada <https://www.researchgate.net/publication/361184773> Tanggal 01 November 2024 Pukul 17.09 WIB.

Dinda Rachmawati, “Brand Fesyen Lokal Hamlin Jadi Sorotan, Diduga Jual Barang Impor dengan Harga Selangit: Kasusnya”, diakses <https://www.suara.com/lifestyle/2024/03/23/150500/brand-fessen-lokal-hamlin-jadi-sorotan-padadiduga-jual-barang-impor-murah-dengan-harga-selangit-ini-deretan-kasusnya> pada tanggal 25 November 2024, pada pukul 21.30 WIB.

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Tata Cara Pengaduan Konsumen dan Permintaan Informasi, diakses ditjenpkptn.kemendag.go.id pada pada 16 Desember 2024 pukul 16.10 WIB.

Joseph Teguh Santoso, “3 Platform yang Sering Digunakan Dalam Bisnis Online”, <https://stekom.ac.id/artikel/3-platform-yang-sering-digunakan-dalam-bisnis-online>, diakses Tanggal 01 November 2024, Pukul 15.40 WIB.

Nyoman Rizkyta Putri S, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Produk Makanan Kemasan yang Sudah Kadaluwarsa” diakses pada ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/40853 tanggal 9 desember 2024 pada pukul 14.33.

Stephanus Aria, “Kasus Hamlin dan Kiat Mebangun Brand Fesyen Berkualitas”, diakses pada <https://www.alinea.id/gaya-hidup/kasus-hamlin-dan-kiat-membangun-brand-fesyen-berkualitas-62k389PIw> pada tanggal 25 November 2024, pada pukul 21.44 WIB.

Yuk Pahami Hukum “Persaingan Usaha demi Kelancaran Berusaha”, hukum online.com, <https://www.hukumonline.com/>, 15 Februari 2022, diakses pada 18 Agustus 2024 pukul 13.30 WIB.

Yusuf Shofie, “Tugas dan Fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)”, diakses [hukumonline.com](https://www.hukumonline.com/) pada tanggal 16 Desember 2024 pada pukul 14.45 WIB.