



Membangun Ekosistem E-Commerce Shopee yang Berkeadilan: Rekonstruksi Perlindungan Hak Intelektual atas Pemalsuan Produk *Skincare* melalui Pendekatan Ekonomi Digital

Claudia Vanessa Tabansa

Universitas Negeri Semarang

Moh Sabil Oktaviano

Universitas Negeri Semarang

Denta Nia Aprilya

Universitas Negeri Semarang

Muhammad Adymas Hikhal Fikri

Universitas Negeri Semarang

claudyavl@students.unnes.ac.id muhamadsabil2005@students.unnes.ac.id

dentania@students.unnes.ac.id Hikhal@mail.unnes.ac.id

Abstract. *The rapid growth of the digital economy has significantly increased commercial activities on e-commerce platforms, including the skincare sector, which remains one of the most in-demand product categories. However, this expansion has also led to the widespread circulation of counterfeit skincare products, causing harm to consumers, brand owners, and the overall integrity of the digital marketplace ecosystem. This study aims to analyze the effectiveness of copyright protection against counterfeit skincare products on Shopee, examine the role of e-commerce platforms in fostering a fair and secure digital ecosystem, and identify the key barriers to reconstructing legal protection within the framework of the digital economy. This research employs normative and empirical legal methods through regulatory review, interviews, observations, and document analysis. The findings reveal that although legal frameworks are in place, their implementation remains suboptimal due to weak seller verification, insufficient digital monitoring, and low deterrent effects of sanctions. The study highlights the urgency of strengthening intellectual property protection through technological integration, such as artificial intelligence and blockchain, to support a safer and more equitable digital marketplace.*

Keywords: *Counterfeit Skincare, E-commerce, Digital Economy, Legal Protection.*

Abstrak. Pertumbuhan ekonomi digital telah meningkatkan aktivitas perdagangan melalui platform e-commerce, termasuk penjualan produk *skincare* yang menjadi salah satu kategori paling diminati. Namun, perkembangan ini juga memicu maraknya pemalsuan produk *skincare* yang merugikan konsumen, pemilik merek, dan stabilitas ekosistem perdagangan digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas perlindungan hak cipta terhadap pemalsuan produk *skincare* di platform Shopee, menilai peran platform e-commerce dalam menciptakan ekosistem digital yang berkeadilan, serta mengidentifikasi faktor penghambat rekonstruksi perlindungan hukum berbasis pendekatan ekonomi digital. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan yuridis normatif dan empiris melalui kajian terhadap peraturan, wawancara, observasi, serta penelaahan berbagai dokumen. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa meskipun kerangka regulasi telah menyediakan landasan perlindungan, implementasinya belum optimal karena lemahnya verifikasi penjual, minimnya pengawasan digital, dan rendahnya efek jera bagi pelaku. Penelitian ini menegaskan urgensi penguatan perlindungan HKI melalui integrasi teknologi seperti *artificial intelligence* dan *blockchain* untuk mendukung ekosistem perdagangan digital yang lebih aman dan berkeadilan.

Kata Kunci: Pemalsuan *Skincare*, E-commerce, Ekonomi Digital, Perlindungan Hukum.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital membawa dampak besar bagi proses perdagangan modern, khususnya melalui platform e-commerce yang semakin diminati masyarakat.

Data dari Kementerian Perdagangan memperlihatkan bahwa volume transaksi e-commerce di Indonesia telah menembus angka ratusan triliun rupiah, menandakan bahwa masyarakat semakin bergantung pada sistem perdagangan berbasis teknologi. Industri *skincare* termasuk kategori produk yang paling banyak diperdagangkan secara daring, baik melalui toko resmi maupun penjual mandiri. Namun, perkembangan positif tersebut diikuti dengan meningkatnya praktik pemalsuan produk *skincare* yang beredar di marketplace. Produk tiruan tidak hanya merugikan pemilik hak cipta dan pelaku usaha resmi, tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen karena tidak melalui uji keamanan dan tidak terdaftar secara resmi. Selain itu, pemalsuan produk juga menurunkan kepercayaan publik terhadap perdagangan digital dan merusak stabilitas pasar.

Sejumlah regulasi sebenarnya telah diterbitkan pemerintah, antara lain Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), serta PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Regulasi tersebut mengatur terkait kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi produk yang benar, mekanisme perlindungan merek, serta tanggung jawab platform dalam mencegah peredaran barang ilegal. Meskipun demikian, implementasi regulasi di lapangan masih menghadapi banyak kendala. Kasus pemalsuan produk Scarlett di Shopee menunjukkan bahwa platform belum memiliki verifikasi penjual yang memadai dan sistem pengawasan yang efektif, sehingga produk tiruan tetap dapat beredar secara luas. Melihat kompleksitas masalah tersebut, penelitian ini diarahkan pada tiga fokus utama: (1) efektivitas perlindungan hak cipta terhadap pemalsuan produk *skincare* di e-commerce, (2) peran platform e-commerce dalam membangun ekosistem digital yang adil dan aman, dan (3) faktor-faktor yang menghambat rekonstruksi perlindungan hukum berbasis pendekatan ekonomi digital. Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat semakin meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap produk digital dan meningkatnya kerentanan terhadap praktik pemalsuan.

KAJIAN TEORI

Menurut David I Bainbridge, *Intellectual Property* atau yang disebut dengan Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak atas kekayaan yang dihasilkan dari karya intelektual dari seorang manusia. Hal ini yang berarti hak tersebut berasal dari kemampuan berpikir yang ditunjukkan dalam bentuk karya yang berguna serta bermanfaat untuk menunjang kehidupan sehari-hari pada masing-masing individu. Selain itu, OK Saidin juga berpendapat bahwa Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak kebendaan, dimana hak tersebut berasal dari kerja otak manusia yaitu penalaran yang ada di otak manusia dan hasil dari kerja tersebut dinamakan benda immaterial.¹

Menurut Az Nasution, perlindungan konsumen adalah kumpulan prinsip dan norma hukum yang bertujuan mengatur serta menjaga hak-hak konsumen dalam setiap aktivitas yang melibatkan barang dan/atau jasa.² M.J. Leder berpendapat bahwa secara esensial tidak ada hukum yang sepenuhnya disebut consumer law, namun Lowe menegaskan bahwa hukum konsumen berfungsi mengakui kelemahan posisi tawar

¹ Ramadhan, Muhammad Citra, Fitri Yanni Dewi Siregar, and Bagus Firman Wibowo. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. 2023.

² Atsar, Abdul, and Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish, 2019.

konsumen agar tidak dieksploitasi secara tidak adil. Karena posisi konsumen yang lemah, hukum diperlukan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat.³

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) menjelaskan bahwa ekonomi digital merupakan proses transformasi menyeluruh yang memasukkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ke dalam setiap aspek aktivitas ekonomi, sehingga menghadirkan berbagai peluang baru sekaligus isu-isu kebijakan, khususnya terkait perlindungan konsumen dan persaingan usaha yang fair. Dalam ekonomi digital, platform e-commerce dan teknologi informasi memudahkan distribusi produk secara cepat dan masif, mengurangi hambatan geografis dan memperluas pasar. Namun, kemudahan ini juga membuka ruang bagi praktik pemalsuan produk yang lebih sulit dideteksi dan dikendalikan.⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memadukan pendekatan yuridis normatif dan empiris. Pendekatan normatif dimanfaatkan untuk menelaah berbagai ketentuan peraturan yang berkaitan dengan perlindungan HKI dan perdagangan elektronik, seperti UU ITE, UUPK, UU Merek dan Indikasi Geografis, serta PP No. 80 Tahun 2019. Pendekatan empiris dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha, konsumen, pemilik merek, serta regulator, untuk melihat implementasi perlindungan hukum dalam praktik di platform Shopee. Sumber data mencakup data dari literatur, jurnal, dokumen hukum. Analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menafsirkan fenomena hukum dan memperkuat temuan melalui analisis kuantitatif deskriptif dari hasil survei. Metode ini dipilih agar dapat menghubungkan aspek normatif dengan fakta empiris di lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Perlindungan Hak Cipta terhadap Pemalsuan Produk *Skincare* di E-Commerce

Perkembangan ekonomi digital mendorong peningkatan transaksi produk *skincare* melalui platform e-commerce seperti Shopee. Namun, kemudahan distribusi ini turut memicu maraknya pemalsuan produk *skincare* yang tidak hanya meniru merek, tetapi juga menyalin desain kemasan, label, ilustrasi, dan elemen visual lain yang merupakan objek perlindungan hak cipta. Pemalsuan ini menempatkan pemilik hak cipta dan konsumen pada posisi yang terancam karena barang tiruan biasanya tidak melalui uji keamanan dan sering kali memalsukan nomor registrasi BPOM.⁵ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hak cipta dalam ekosistem digital belum berjalan efektif, terutama dalam menghadapi praktik peredaran barang palsu yang masif.

Pada tingkat regulasi, Indonesia sebenarnya memiliki sejumlah instrumen hukum yang memberikan dasar perlindungan atas ciptaan visual pada kemasan *skincare*. Hak cipta melindungi karya desain grafis, gambar, teks, dan unsur artistik lain yang digunakan sebagai identitas produk. Di samping itu, UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta PP PMSE mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam menyampaikan informasi yang akurat serta menetapkan larangan terhadap distribusi produk yang tidak sah. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa efektivitas implementasi aturan tersebut masih rendah karena lemahnya pengawasan, kurangnya verifikasi penjual, serta keterbatasan

³ Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika, 2022.

⁴ Laporan OECD *Digital Economy Outlook 2020*.

⁵ Nur Faizatus Sholehah, "Analisis Yuridis Penegak Hukum terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM pada Produk Skincare," *JIPM* Vol. 2 No. 6 (2024), 388–396.

platform dalam mengidentifikasi konten produk yang melanggar hukum.⁶ Kesenjangan antara norma dan praktik ini membuat upaya perlindungan hak cipta belum memberikan dampak yang signifikan dalam menekan pemalsuan *skincare* di e-commerce.

Kasus pemalsuan produk Scarlett di Shopee memberikan gambaran nyata lemahnya efektivitas perlindungan hukum terhadap pemalsuan elemen visual produk. Dalam kasus tersebut, pelaku meniru secara utuh desain, label, dan kemasan produk, sehingga melanggar hak cipta dan merek sekaligus. Meskipun terbukti mengedarkan ribuan produk palsu, sanksi pidana yang dijatuhkan relatif ringan dan tidak mencerminkan efek jera⁷. Hal ini menunjukkan bahwa penegakan hukum masih menghadapi kendala baik dalam pembuktian digital, penelusuran identitas pelaku, maupun koordinasi antar lembaga. Fakta bahwa pelaku dapat beroperasi cukup lama sebelum tertangkap juga menegaskan bahwa mekanisme pengawasan marketplace terhadap pelanggaran HKI masih kurang efektif.

Selain itu, efektivitas perlindungan hak cipta juga dipengaruhi oleh kemampuan lembaga pengawas seperti BPOM dalam mengendalikan peredaran produk ilegal. Penelitian menunjukkan bahwa banyak produk *skincare* palsu beredar dengan mencantumkan nomor registrasi BPOM fiktif, sementara pengawasan lapangan sering kali tidak sebanding dengan jumlah produk yang beredar.⁸ Kondisi ini diperburuk dengan minimnya integrasi sistem data antara lembaga pengawas, pemilik merek, dan platform e-commerce, sehingga identifikasi pelanggaran hak cipta maupun izin edar menjadi lambat. Ketika produk tiruan dapat menyerupai desain asli secara visual, konsumen menjadi semakin sulit membedakan keaslian produk, sehingga peran hak cipta sebagai instrumen perlindungan identitas produk menjadi semakin penting. Efektivitas perlindungan hak cipta terhadap pemalsuan produk *skincare* di e-commerce masih tergolong rendah. Pengaturan hukum telah tersedia, tetapi implementasinya belum mampu mengikuti dinamika perdagangan digital yang bergerak cepat dan melibatkan ribuan pelapak. Tanpa penguatan mekanisme verifikasi berbasis teknologi, koordinasi yang lebih kuat antara pemerintah dan platform, serta penegakan hukum yang lebih konsisten, perlindungan hak cipta akan terus menghadapi jurang antara ketentuan ideal dan pelaksanaannya di lapangan. Karena itu, dibutuhkan rekonstruksi sistem perlindungan hukum yang lebih responsif terhadap dinamika ekonomi digital agar upaya pengendalian peredaran produk *skincare* palsu dapat dilakukan secara lebih efektif.

Faktor Penghambat Rekonstruksi Perlindungan HKI

Sebuah penelitian mengenai hak kekayaan intelektual di Indonesia menunjukkan bahwa mekanisme penegakan HKI masih memiliki sejumlah kelemahan, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan para pelaku usaha dan pemangku kepentingan, mengurangi minat investasi asing secara langsung, serta melemahkan jejaring investor. Selain itu, pengaturan mengenai alih atau pengalihan hak kekayaan intelektual dalam sistem hukum nasional dinilai belum jelas dan kurang konsisten, sehingga mengurangi efektivitas proses birokrasi yang terkait. Sistem HKI Indonesia sendiri banyak bertumpu pada prinsip-prinsip hukum Barat, namun dalam praktiknya tidak selalu sejalan dengan

⁶ Heni Marlina dkk., "Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce," *Marwah Hukum* Vol. 3 No. 1 (2025), 10–23.

⁷ Putri Hasian Silalahi & Gatot P. Soemartono, Pertanggungjawaban Pengusaha atas Produk Skincare Merek Palsu pada Marketplace Shopee, *Ranah Research Journal* Vol. 6 No. 4 (2024), 617–628.

⁸ Clarrance M. Filan dkk., Efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Menanggulangi Peredaran Kosmetik Ilegal di Surabaya, *IURIS STUDIA* Vol. 5 No. 2 (2024), 333–338.

ketentuan hukum nasional. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu mekanisme yang lebih sederhana dan inklusif, yang mampu mengakomodasi pengetahuan kolektif serta hukum nasional, sekaligus mendorong kreativitas dan inovasi.⁹

Perlindungan atas pengetahuan tradisional di Indonesia masih tergolong lemah. Hingga kini, negara belum memiliki regulasi khusus untuk melindungi pengetahuan tradisional yang datang dari luar negeri. Akibatnya, meskipun Indonesia sudah paham macam-macam hak kekayaan intelektual. Sudah juga bikin kerangka hukumnya yang sesuai standar dunia. Tapi tetap saja hadapi kesulitan saat mau tegakkan aturan-aturan itu. Indonesia ini juga sering tekankan bedanya cara pandangnya soal kegiatan intelektual. Itu dibanding negara-negara lain. Terutama urusan pengetahuan tradisional sama kegiatan intelektual yang bersifat komunal. Seperti contohnya dalam UU No. 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis, telah dicantumkan ketentuan yang memberikan perlindungan terhadap merek, membahas tentang alur dari pendaftaran merek, serta UU tersebut sanksi pidana pada pelanggaran merek yang khususnya dapat mengakibatkan ancaman kesehatan, lingkungan hidup, serta dapat mengakibatkan kematian. Namun, implementasinya dalam praktik masih belum menunjukkan efektivitas yang optimal, khususnya dalam menangani maraknya kasus pemalsuan produk *skincare* di Indonesia.

Peran Platform E-Commerce dalam Mewujudkan Ekosistem Digital Berkeadilan

Perkembangan e-commerce di Indonesia memberikan dampak yang besar terutama dalam memberikan kemudahan dalam melaksanakan transaksi jual beli secara digital. Kegiatan perdagangan melalui platform e-commerce memungkinkan proses jual beli berlangsung tanpa pertemuan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Bahkan, para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut dapat saja tidak saling mengenal atau belum pernah bertemu sebelumnya. Menurut laporan Katadata, perkembangan ekonomi digital Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2019, nilai bruto transaksi ekonomi digital dilaporkan mencapai sekitar US\$ 40 miliar atau kurang lebih Rp 568 triliun (mengacu pada kurs Rp 14.200). Riset yang dilakukan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company kemudian memperkirakan bahwa angka tersebut naik menjadi US\$ 70 miliar (sekitar Rp 996 triliun) pada tahun 2021. Bahkan, proyeksi selanjutnya menunjukkan potensi peningkatan lebih dari dua kali lipat, sehingga dapat mencapai US\$ 146 miliar (sekitar Rp 2.079 triliun) pada tahun 2025.¹⁰ Namun, dengan pertumbuhan yang sangat pesat tersebut, e-commerce tidak hanya membawa dampak positif saja, melainkan perkembangan ini juga membawa dampak negatif yaitu risiko terhadap keamanan. Kemudahan yang ditawarkan oleh platform e-commerce di satu sisi meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas transaksi, di sisi lain membuka ruang terjadinya penyimpangan, seperti pengiriman barang tidak sesuai deskripsi, pemalsuan produk, manipulasi informasi, penipuan, serta penyalahgunaan data pribadi. Hal ini menyebabkan konsumen berada pada posisi yang rentan sebab mereka tidak dapat memeriksa barang secara langsung dan sepenuhnya bergantung pada informasi digital yang disediakan oleh penjual serta sistem platform. Menurut data Badan Perlindungan Konsumen Nasional

⁹ Randy Vallentino Neonbeni, Maria Margaretha Alacok Kahlas, dan Aprianus Wilsontrianto Loin, "Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Tantangan di Indonesia," *Indonesian Journal of Law and Justice* 3, no. 1 (2025): 1–10.

¹⁰ Reza Pahlevi, "Berapa Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Setiap Jam?", <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61c9230ccaf65/berapa-nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-setiap-jam>, (23 April 2022, 17 November 2024).

(BPKN), sepanjang periode Januari hingga 30 Juli 2024, lembaga tersebut menerima 381 laporan pengaduan dengan nilai kerugian konsumen yang mencapai Rp202,6 miliar.¹¹

Oleh karena itu, untuk mencegah semakin marak terjadinya hal itu, pentingnya peran platform e-commerce sebagai pemegang peranan strategis untuk memastikan bahwa informasi produk yang disajikan kepada konsumen memenuhi prinsip transparansi dan akurasi seperti deskripsi produk, foto, spesifikasi, harga, dan ulasan yang ditampilkan tidak menyesatkan konsumen. Penyedia platform e-commerce dapat menerapkan sistem verifikasi bagi penjual untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan merupakan barang asli dan bukan barang palsu, menyediakan fitur ulasan dan rating konsumen, serta mengembangkan teknologi.¹² Penyedia platform juga memerlukan pemberian sanksi kepada pelaku usaha yang terbukti menyembunyikan atau memalsukan informasi yang dapat merugikan konsumen, baik dalam bentuk administratif, perdata, maupun pidana.¹³ Penegakan tersebut perlu diimbangi dengan pengembangan sistem pelaporan yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat secara luas. Dengan demikian, konsumen dapat lebih bijak dan kritis dalam menentukan apa yang mereka ingin beli, serta memiliki keberanian untuk menuntut transparansi dari pelaku usaha.

Shopee menerapkan beberapa mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce.

- (1) Shopee menyediakan sistem pengaduan (*dispute*) di mana pembeli dapat mengajukan komplain apabila barang tidak sesuai deskripsi, rusak, atau tidak sampai. Konsumen dapat memilih jalur litigasi (misalnya ke pengadilan) atau *non-litigasi* (melalui sistem penyelesaian sengketa Shopee) dalam menyelesaikan sengketa.¹⁴
- (2) Shopee menggunakan semacam sistem *escrow*, yaitu pembayaran dari pembeli ditahan sementara hingga pembeli konfirmasi barang diterima dalam kondisi sesuai. Fitur seperti pengembalian dana sudah ada, tetapi tantangan muncul dalam transparansi dan efektivitas penyelesaian sengketa.¹⁵
- (3) Terkait barang palsu atau tiruan (*counterfeit*), Shopee mewajibkan penjual untuk menyediakan informasi produk yang jelas dan akurat. Namun, penelitian menunjukkan adanya celah dalam verifikasi produk dan penerapan sanksi, meskipun kebijakan Shopee melarang barang palsu, penegakan terhadap pelanggaran belum sepenuhnya optimal.¹⁶
- (4) Mekanisme kompensasi Shopee dinilai kurang transparan dan kurang adil menurut studi Jumiran dkk. terkait struktur kompensasi lebih berpihak pada

¹¹ Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), "Terima Ratusan Aduan, BPKN Selamatkan Potensi Kerugian Konsumen Rp428 Miliar," BPKN, diakses 17 November 2025, <https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/terima-ratusan-aduan-bpkn-selamatkan-potensi-kerugian-konsumen-rp428-miliar>

¹² Yohana Adelia Regar, Hendrik Pondaag, dan Flora Kalalo, "Tinjauan Yuridis Hak Konsumen terhadap Transparansi Informasi Produk dalam Transaksi Digital di Indonesia," *Lex Administratum*, Vol. 13, No. 3, 2025, Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Rini Fitriani, Elsy Aldha Febiantina, dan Julia Amanta, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce," *Karimah Tauhid*, Vol. 3, No. 11 (2024), 12080-12094.

¹⁵ Shafira Mufiidah F. & Otom Mustomi, "Legal Protection for Consumers in Electronic Transactions E-Commerce Shopee," *Al Mashaadir : Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 6, No. 1 (2025), 26-39.

¹⁶ Hanny Indah P. & Amoury A. S., "Improving Consumer Legal Protection in E-Commerce: Analysis of Shopee's Policies and Mechanisms in Combating Counterfeit Products," *Al-Bayyinah*, Vol. 8, No. 2 (2024), 307-327.

penjual, sementara konsumen kesulitan mendapatkan ganti rugi secara substansial.¹⁷

- (5) Melihat dari sisi hukum positif, Shopee memiliki tanggung jawab menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan PP No. 80/2019 (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) untuk menjamin transaksi yang adil dan aman, termasuk verifikasi penjual dan penyediaan informasi yang benar.¹⁸ [Jurnal UIN Jakarta](#)

Rekonstruksi Perlindungan Hak Cipta Berbasis Pendekatan Ekonomi Digital

1. Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Ketentuan yang mengatur transaksi elektronik telah merujuk pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Regulasi tersebut mencakup berbagai aspek, termasuk perlindungan data pribadi, keamanan informasi, serta keabsahan transaksi elektronik. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai persoalan yang menimpa konsumen, dan sejumlah ketentuan yang telah diatur belum terlaksana secara optimal. Seperti contohnya penipuan daring, pengiriman barang yang tidak sesuai, serta praktik penyalahgunaan data pribadi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, dalam bertransaksi elektronik ini, belum sepenuhnya terakomodasi oleh perangkat hukum yang ada. Salah satunya yaitu terkait dengan penyalahgunaan data pribadi. Hal tersebut masih terhambat dengan keterbatasan oleh regulasi turunan dan mekanisme pengawasan yang belum efektif. Maraknya insiden kebocoran data pribadi yang terjadi di platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak menunjukkan bahwa perlindungan hukum digital masih lemah.

Dalam implementasinya, perlindungan hukum terhadap konsumen masih menghadapi beberapa tantangan dan hambatan dalam aspek yuridis dan teknis. Dalam aspek yuridisnya, pengaturan tentang transaksi digital ini kendala utamanya adanya tumpang tindih pengaturan antar peraturan dan belum adanya mekanisme pengawasan yang terpadu. Sebelum adanya UU PDP, perlindungan data pribadi ini hanya dijelaskan secara singkat pada UU ITE tepatnya pada Pasal 26. Pasal tersebut tidak menyebutkan secara rinci tentang standar pengelolaan data, hak subjek data, dan tanggung jawab pelaku usaha. Sedangkan pada sisi teknisnya, kurangnya literasi digital masyarakat menjadi salah satu faktor yang terlibat. Masih banyak dari konsumen yang tidak membaca syarat dan ketentuan dalam menggunakan layanan dan mudah untuk memberikan data pribadinya kepada pihak ketiga. Sedangkan platform e-commerce tersebut masih banyak kelemahan seperti sistem keamanan, lemahnya enkripsi, dan kurangnya audit keamanan berkala.

Karena hal itu, melihat dengan kendala-kendala yang ada, diperlukannya pembaharuan hukum yang lebih responsif terhadap teknologi. Selain itu juga perlu adanya penguatan kelembagaan pengawasan dan peningkatan kesadaran hukum masyarakat. Sehingga upaya tersebut bisa mewujudkan mekanisme perlindungan konsumen yang lebih efektif, menyeluruh, dan berkeadilan dalam ekosistem e-commerce.

¹⁷ Jumiran dkk, "A Critical Review of Shopee's Consumer Compensation Policies," *Jurnal Ilmu Hukum Kyariden*, Vol. 7, No. 1 (2025), 555-569.

¹⁸ Muhammad Fikrie A., "Perlindungan Konsumen E-Commerce Shopee Indonesia Atas Kebenaran Informasi Barang Yang Diperjanjikan Menurut Perspektif Hukum Positif," *JOURNAL of LEGAL RESEARCH*, Vol. 2, No. 3 (2021).

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang tumbuh sangat cepat melalui pemanfaatan internet juga membuka peluang terjadinya berbagai tindak kejahatan yang dapat merugikan konsumen. Dalam kondisi demikian, peran pemerintah menjadi penting untuk menyediakan perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya dalam kegiatan jual beli yang berlangsung melalui platform e-commerce. Pada dasarnya, ketentuan mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun, dalam praktiknya regulasi tersebut belum sepenuhnya menjawab kepastian asas keadilan dan keamanan yang tercantum dalam Pasal 1 diantaranya manfaat, keadilan, dan keamanan. Selain itu, Pasal 4 UUPK menekankan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur terkait kondisi serta jaminan atas barang maupun jasa, juga belum terimplementasi dengan baik. Selain itu, efektivitas perlindungan konsumen juga terhambat oleh ketidakpastian siapa yang bertanggung jawab, seperti yang tercantum dalam Pasal 19 UUPK menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atas kerugian yang diderita konsumen, namun hal ini menimbulkan ambiguitas mengenai siapa yang dikategorikan sebagai pelaku usaha yang seharusnya bertanggung jawab.¹⁹ Fenomena ini tergambar dalam kasus maraknya pemalsuan *skincare*, merujuk pada laporan Beritasatu.com terkait Studi Dampak Pemalsuan terhadap Perekonomian Indonesia Tahun 2020 yang diperbarui oleh Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) bekerja sama dengan Institute for Economic Analysis of Law & Policy (IEALP) Universitas Pelita Harapan, diketahui bahwa perangkat lunak merupakan sektor yang paling rentan dipalsukan dengan tingkat pemalsuan mencapai 84,25%. Setelah itu, produk kosmetik menyusul dengan 50%, disusul farmasi sebesar 40%, serta pakaian dan barang berbahan kulit masing-masing 38%. Sementara itu, tingkat pemalsuan untuk makanan dan minuman tercatat sebesar 20%, dan pelumas serta suku cadang otomotif sebesar 15%. Temuan tersebut menggambarkan masih tingginya permintaan terhadap produk tiruan di pasar domestik.²⁰

Kasus diatas menunjukkan bahwa masih belum terjaminnya asas keadilan dan keamanan bagi konsumen, menjamin konsumen mendapatkan informasi yang benar dan jelas, serta siapa yang seharusnya bertanggung jawab atas hal tersebut. Oleh karena, untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan rekonstruksi yang bersifat menyeluruh dan multidimensi melalui revisi UUPK dengan menambahkan aturan secara jelas mengenai tanggung jawab platform e-commerce dan hak konsumen atas transparansi algorithm.²¹ Namun, revisi ini harus dilakukan secara sinkron dengan penyesuaian regulasi turunan seperti Peraturan Pemerintah (PP) dan Peraturan Menteri (PERMEN), untuk memastikan konsistensi dan agar tidak menimbulkan tumpang tindih.²² Selain itu, UUPK perlu mengatur terkait kewajiban platform guna menyajikan informasi yang transparan dan mudah dimengerti. Dengan demikian, memasukkan ketentuan khusus mengenai

¹⁹ Eys Putri Pembayun dan Arifin Faqih Gunawan, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace," *Jurnal Fakta Hukum* 3, no. 2 (Maret 2025), hlm 88.

²⁰ Lona Olavia, "Kerugian Ekonomi Akibat Produk Palsu Capai Rp 291 Triliun," *Beritasatu.com*, 21 Desember 2021. Diakses 18 November 2025

²¹ Obie Ardi dan Muhamad Aziz Zulkifli, "Urgensi Perlindungan Hukum Atas Rahasia Dagang UMKM: Studi Empiris Kesadaran Hukum di Pangkalpinang," t.t

²² Eys Putri Pembayun dan Arifin Faqih Gunawan, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplace," *Jurnal Fakta Hukum* 3, no. 2 (Maret 2025), hlm 91.

perlindungan konsumen dalam transaksi digital dapat memberikan keadilan dan keamanan bagi konsumen.

3. UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG)

Dalam perkembangan ekonomi digital yang berkembang pesat, sistem perdagangan melalui platform e-commerce telah membuka peluang besar bagi pemalsuan merek, khususnya produk *skincare* yang banyak diminati masyarakat. UU MIG telah mencabut UU No. 15 Tahun 2001 dan membawa sejumlah pembaruan penting terkait bentuk merek, proses pendaftaran, kewenangan menteri, gugatan oleh merek terkenal, pemberatan sanksi pidana, dan pengaturan indikasi geografis. Namun, regulasi ini masih menyisakan banyak celah yang mengakibatkan pemalsuan produk *skincare* tetap marak, khususnya produk tiruan yang memanfaatkan popularitas merek-merek terkenal. Kelemahan ini dapat dilihat dari Pasal 1 UU MIG yang masih mendefinisikan merek sebatas tanda grafis yang bersifat fisik, sehingga tidak mencakup autentikasi berbasis digital seperti *watermark* digital, *QR authenticity*, metadata produk, atau digital *signature* yang kini menjadi standar perlindungan produk di e-commerce. Pasal 20 dan Pasal 21 yang mengatur kriteria penolakan dan persamaan pada pokoknya hanya bekerja pada tahap pendaftaran merek, tidak pada proses verifikasi barang yang beredar, sehingga produk *skincare* palsu dengan logo yang dimodifikasi sedikit tetap dapat masuk ke marketplace. Pasal 83 yang mengatur gugatan atas penggunaan merek tanpa hak pun tidak efektif dalam konteks digital karena penjual di e-commerce seringkali anonim, menggunakan akun sekali pakai, dan tidak mudah diidentifikasi.

Celah-celah regulasi tersebut tergambar nyata dalam kasus yang diberitakan oleh [CNNIndonesia.com](https://www.cnnindonesia.com) mengenai pabrik *skincare* palsu di Bekasi yang memproduksi produk perawatan kulit menggunakan bahan murah seperti tepung tapioka tanpa standar keamanan, kemudian menjualnya melalui platform e-commerce, salah satunya Shopee.²³ Produk tersebut dipasarkan seolah-olah merupakan *skincare* yang aman dan layak digunakan, padahal tidak memiliki izin edar maupun kandungan yang dapat dipertanggungjawabkan secara medis. Kasus ini menunjukkan bahwa perlindungan merek yang bersifat konvensional dalam UU MIG belum mampu menjawab kebutuhan kepastian hukum, keamanan, dan keadilan bagi konsumen maupun pemilik merek di era digital. Dari kasus tersebut, tampak bahwa algoritma marketplace tidak mampu mendeteksi perbedaan antara produk legal dan ilegal karena tidak adanya kewajiban autentikasi digital yang memiliki dasar hukum. Oleh sebab itu, diperlukan rekonstruksi UU MIG yang mencakup seluruh aspek dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan zaman melalui penambahan norma yang mewajibkan autentikasi digital, memperjelas definisi pelanggaran merek dalam ekosistem daring, serta menetapkan tanggung jawab platform e-commerce dalam proses verifikasi keaslian dan legalitas produk. Rekonstruksi ini harus diikuti penyesuaian regulasi turunan seperti Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri agar tidak menimbulkan tumpang tindih dan meningkatkan kepastian hukum. Dengan demikian, pembaruan UU MIG dapat memberikan perlindungan yang lebih efektif terhadap peredaran produk *skincare* palsu yang merugikan masyarakat.

Legalitas usaha memegang peran penting dalam memberikan perlindungan hukum sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian juga menunjukkan bahwa legalitas tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan administratif, tetapi menjadi

²³ CNN Indonesia. (2025). *Pabrik di Bekasi pakai tepung tapioka untuk produksi skincare palsu*.

instrumen untuk memastikan produk yang dipasarkan memenuhi standar keamanan dan kualitas.²⁴ Prinsip ini relevan dalam konteks peredaran *skincare* di e-commerce, karena kewajiban legalitas seperti NIB, izin edar, dan pendaftaran merek dapat mempersempit ruang gerak penjual ilegal serta mencegah masuknya produk *skincare* palsu ke marketplace.

KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan temuan, perlindungan hak kekayaan intelektual dan keamanan konsumen dalam ekosistem e-commerce, khususnya Shopee, masih menghadapi sejumlah kendala mendasar baik dari sisi regulasi, implementasi, maupun teknologi. Meskipun instrumen hukum seperti UU ITE, UUPK, dan UU MIG telah menyediakan dasar normatif, pelaksanaannya belum mampu menjawab dinamika perdagangan digital yang bergerak cepat. Kelemahan verifikasi penjual, kurang optimalnya integrasi data antar lembaga seperti BPOM dan platform, serta minimnya penggunaan teknologi pendeteksi pelanggaran menyebabkan produk *skincare* palsu tetap dapat beredar luas. Kasus-kasus seperti pemalsuan nomor BPOM, pabrik *skincare* ilegal di Bekasi, hingga maraknya peredaran produk tiruan merek terkenal di Shopee menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan praktik lapangan. Selain itu, tanggung jawab platform e-commerce masih belum dirumuskan secara tegas, sehingga beban pembuktian dan pengawasan banyak bertumpu pada konsumen dan pemilik merek. Evaluasi keseluruhan mengindikasikan perlunya rekonstruksi sistem perlindungan hukum yang tidak hanya memperbarui aturan, tetapi juga memperkuat kapasitas institusi, mekanisme pengawasan digital, serta kolaborasi lintas sektor agar perlindungan HKI dan konsumen berjalan lebih responsif, adaptif, dan berkeadilan.

Menciptakan ekosistem e-commerce yang aman dan berkeadilan, diperlukan langkah rekonstruktif yang komprehensif dan berbasis pendekatan ekonomi digital. Pertama, pemerintah perlu memperbarui UUPK, UU ITE, dan UU MIG dengan menambahkan ketentuan eksplisit mengenai tanggung jawab platform e-commerce, standar autentikasi produk, serta kewajiban penggunaan teknologi verifikasi seperti *digital watermark*, *blockchain tracking*, dan *AI-based product matching* untuk mendeteksi pemalsuan sejak awal. Kedua, Shopee sebagai platform harus meningkatkan proses *seller onboarding* melalui verifikasi berlapis, integrasi langsung dengan database BPOM, serta algoritma pengawasan yang mampu membedakan produk asli dan palsu secara otomatis. Ketiga, dibutuhkan pembentukan sistem pelaporan terpadu antara pemerintah, pemilik merek, dan platform untuk mempercepat penindakan terhadap akun penjual ilegal. Keempat, penguatan penegakan hukum perlu dilakukan dengan pemberatan sanksi terhadap pelaku pemalsuan dan penjual daring anonim guna menciptakan efek jera. Kelima, literasi digital bagi konsumen harus ditingkatkan melalui edukasi berkala mengenai cara mengenali keaslian produk dan risiko penggunaan barang ilegal. Dengan langkah-langkah tersebut, rekonstruksi perlindungan HKI dalam konteks ekonomi digital dapat berjalan lebih inklusif dan efektif, sekaligus mendukung terciptanya perdagangan daring yang aman, transparan, dan berkeadilan bagi seluruh pihak.

²⁴ Aprila Niravita, Waspiyah, Dian Latifiani, Yustina Dhian Novita, Muhammad Adymas Hikal Fikri, Ayup Suran Ningsih, dan Harry Nugroho, "Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kopi di Kabupaten Temanggung Melalui Legalitas Usaha," *JPkMN: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 4

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka berupa Buku

- Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku ajar hukum perlindungan konsumen*. Deepublish.
- Ginting, R., Yulistiyo, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Ramli, H. A. M., Sh, M. H., & Arb, F. C. B. (2021). *Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif*. Penerbit Alumni.
- Ramadhan, M. C., Siregar, F. Y. D., & Wibowo, B. F. (2023). *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19863>
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Penerbit Widina.

Pustaka berupa Jurnal

- Ardi, O. (2025). Urgensi Perlindungan Hukum Atas Rahasia Dagang UMKM: Studi Empiris Kesadaran Hukum di Pangkalpinang. *UNES Law Review*, 7(4), 1509-1518.
- Ardiansyah, M. F., Hidayat, A. S., & Hidayatulloh. (2021). Perlindungan Konsumen E-Commerce Shopee Indonesia Atas Kebenaran Informasi Barang Yang Diperjanjikan Menurut Perspektif Hukum Positif. *JOURNAL of LEGAL RESEARCH*, 2(3). <https://doi.org/10.15408/jlr.v2i3.16065>
- Fawwaz, S. M., & Mustomi, O. (2025). Legal Protection for Consumers in Electronic Transactions E-Commerce Shopee. *Al Mashaadir : Jurnal Ilmu Syariah*, 6(1), 26–39. <https://doi.org/10.52029/jis.v6i1.349>
- Filan, C. M., Fernandes, J. F., Siswanto, C. A., & Indradewi, A. A. (2024). Efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Menanggulangi Peredaran Kosmetik Ilegal Di Surabaya. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 5(2), 333-338.
- Fitriani, R., Febiantina, E. A., Amanta, J., & Mawaddah, T. B. (2024). Kajian Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli di Platform Shopee. *Karimah Tauhid*, 3(11), 12080-12094.
- Jumiran, J., Bonggoibo, A., & Kariadi, J. (2025). A Critical Review of Shopee's Consumer Compensation Policies: An Indonesian Legal Perspective. *Jurnal Ilmu Hukum Kyadiren*, 7(1), 555-569.
- Kennedy, A., & Wartoyo, F. X. (2024). Perlindungan merek dagang pada platform e-commerce di Indonesia ditinjau dari perspektif HAM. *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 7(2), 94–119.
- Kshetri, N. (2010). The economics of click fraud. *IEEE Security & Privacy*, 8(3), 45–53.
- Marlina, H., Raspita, D., Novrianto, M., Bidari, C. D., & Ferdiansyah, M. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Overclaim Produk Skincare di Platform E-Commerce. *Marwah Hukum*, 3(1), 10-23.
- Neonbeni, R. V., Kahlasi, M. M. A., & Loin, A. W. (2025). Hak kekayaan intelektual: Perlindungan dan tantangan di Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 3(1), 1–10.
- Niravita, A., Waspiyah, Latifiani, D., Novita, Y. D., Fikri, M. A. H., Ningsih, A. S., & Nugroho, H. (t.t.). Peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM kopi di Kabupaten Temanggung melalui legalitas usaha. *JPkMN: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4).
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen

- dalam transaksi digital: Tinjauan terhadap implementasi UU Perlindungan Konsumen di marketplace. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 88–91.
- Permatasari, H. I., & Sudiro, A. A. (2024). Improving Consumer Legal Protection in E-Commerce: Analysis of Shopee's Policies and Mechanisms in Combating Counterfeit Products. *Al-Bayyinah*, 8(2), 307-327.
- Pribadi, M. F. I., Nurlaela, R. S., Achyari, I. I., & Syaban, M. H. (2024). Pengawasan mutu pangan: Pencemaran dan pemalsuan yang sering terjadi pada produk pangan. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7147–7156.
- Rafli, C. F., & Apriani, R. (2022). Perlindungan hukum terhadap pemilik merek atas pemalsuan merek oleh pelaku usaha melalui transaksi perdagangan elektronik (e-commerce). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 181–190.
- Regar, Y. A., Pondaag, H., & Kalalo, F. (2025). Tinjauan yuridis hak konsumen terhadap transparansi informasi produk dalam transaksi digital di Indonesia. *Lex Administratum*, 13(3).
- Revin, I., & Suradi, I. (2017). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap adanya pemalsuan labelisasi halal pada produk pangan impor. *Diponegoro Law Journal*, 6(2), 1–14.
- Risandi, K., & Disemadi, H. S. (2022). Pemalsuan merek sepatu di Indonesia: Pengaturan dan sanksi? *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 8(2), 315–326.
- Rizaldi, M. Z., & Ul Hosnah, A. (2024). Analisis yuridis terhadap tindak pidana pemalsuan dokumen. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2(1), 339–349.
- Sari, D. I. (2018). Perlindungan hukum atas label halal produk pangan menurut undang-undang. *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 1–14.
- Saudira, R. A. (2024). Pertanggungjawaban hukum penyedia platform terhadap barang yang melanggar merek dalam perdagangan online marketplace (studi kasus: penyelenggara perdagangan online dan isu pemalsuan produk). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 5195–5210.
- Sholehah, N. F. (2024). Analisis yuridis penegak hukum terhadap pemalsuan nomor registrasi BPOM pada produk skincare. *JIPM*, 2(6), 388–396.
- Silalahi, P. H., & Soemartono, G. P. (2024). Pertanggungjawaban pengusaha atas produk skincare merek palsu pada marketplace Shopee. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 617–628.
- Winarno, A. W., & Isradjuningtias, A. C. (2022). Perlindungan Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Terhadap Pelaku Pemalsuan Akun Konsumen Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *PALAR: Pakuan Law Review*, 8(1), 580-592.

Pustaka berupa Laporan

- OECD (2020), *OECD Digital Economy Outlook 2020*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/bb167041-en>.
- Shepherd, D. W. J., Whitman, K., Wilson, J. M., & Baloka, A. (2023). *Practices used by online marketplaces to tackle the trade in counterfeits*. https://researchportal.port.ac.uk/files/82055273/Practices_used_by_online_marketplaces_to_tackle_the_trade_in_counterfeits.pdf

Pustaka berupa Berita

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024, Agustus 6). *Terima ratusan aduan, BPKN selamatkan potensi kerugian konsumen Rp42,8 miliar*. BPKN. <https://bpkn.go.id/beritaterkini/detail/terima-ratusan-aduan-bpkn-selamatkan->

[potensi-kerugian-konsumen-rp428-miliar](#)

CNN Indonesia. (2025). *Pabrik di Bekasi pakai tepung tapioka untuk produksi skincare palsu*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20250527142021-12-1233719/pabrik-di-bekasi-pakai-tepung-tapioka-untuk-produksi-skincare-palsu>

Olavia, L. (2021). Kerugian ekonomi akibat produk palsu capai Rp 291 triliun. *Beritasatu.com* diakses 18 November 2025.

Pahlevi, R. (2022). Berapa nilai transaksi e-commerce Indonesia setiap jam? *Katadata*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61c9230ccaf65/berapa-nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-setiap-jam>

Pustaka berupa Disertasi

Fitriyamani, B. H. (2015). *Pengaruh citra merek, kesadaran nilai dan sikap terhadap pemalsuan merek mewah terhadap niat membeli produk imitasi sepatu converse di Surabaya* (Disertasi doktor, STIE Perbanas Surabaya).

Maulana, M. J., Muchamad Iksan, S. H., & Natangsa Surbakti, S. H. (2025). *Analisis hukum terhadap keamanan e-commerce dalam mencegah penipuan: Studi kasus terhadap putusan nomor 226/PID. SUS/2024/PN BPP dan perspektif hukum Islam* (Disertasi doktor, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

PERATURAN

Pemerintah Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara RI Tahun 1999, No. 42. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pemerintah Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara RI Tahun 2016, No. 252. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pemerintah Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara RI Tahun 2019, No. 222. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pemerintah Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara RI Tahun 2024, No. 12. Sekretariat Negara. Jakarta.