



**PENERAPAN PRINSIP *LIMITATION OF LIABILITY* TERHADAP TANGGUNG JAWAB PLATFORM E-COMMERCE DALAM KASUS FAKE ORDER DI INDONESIA**

***APPLICATION OF THE PRINCIPLE OF LIMITATION OF LIABILITY TOWARDS THE RESPONSIBILITY OF E-COMMERCE PLATFORMS IN FAKE ORDER CASES IN INDONESIA***

**Jacqueline Angelina Kwari<sup>1</sup>, Anastasia Suhartati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Surabaya, Indonesia

Email: [jacqueline@suryanalaw.com](mailto:jacqueline@suryanalaw.com)

**INFO ARTIKEL**

**Kata Kunci:**

Tanggung Jawab,  
E-Commerce, Fake  
Order,  
Perlindungan  
Konsumen,  
Klausul  
Pembatasan  
Tanggung Jawab

**ABSTRAK**

Praktik *fake order* atau pemesanan palsu di *platform e-commerce* telah menimbulkan berbagai permasalahan hukum yang baru dan signifikan di Indonesia, khususnya terkait perlindungan konsumen dan tanggung jawab pihak-pihak yang terlibat. Artikel ini mengkaji perspektif teori tanggung jawab hukum terhadap kewajiban *platform e-commerce* serta pelaku usaha dalam menangani kasus pemesanan palsu. Meskipun tanggung jawab utama seringkali jatuh pada pelaku usaha yang melakukan *fake order*, *platform e-commerce* yang memfasilitasi transaksi antara pelaku usaha dan pembeli, juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga sistem yang aman dan andal guna melindungi konsumen dari praktik yang merugikan sebagaimana diatur oleh Kitab Undang Undang Hukum Perdata, Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Oleh karena itu, artikel ini berargumen bahwa penggunaan klausul pembatasan tanggung jawab harus bersifat proporsional dan tidak menghilangkan hak konsumen. Apabila *platform* terbukti lalai dalam mencegah atau menangani praktik *fake order*, maka *platform e-commerce* dapat diminta pertanggungjawaban berdasarkan asas kesalahan maupun tanggung jawab mutlak.

Copyright © 2025 JSR. All rights reserved.

---

## ARTICLE INFO

---

### Keywords:

Liability, E-Commerce, Fake Order, Consumer Protection, Limitation of Liability.

---

## ABSTRACT

---

The practice of fake orders in e-commerce platforms has brought forth new and significant legal issues in Indonesia, specifically concerning consumer protection and the legal obligations of the parties involved. This article examines the theory of legal obligation particularly regarding the responsibility of e-commerce platforms and sellers in handling fake order cases. While the primary obligation often falls on the sellers that engage in the activity of fake orders, the e-commerce platforms that facilitate the buyer-to-seller transactions, should be obligated to maintain secure and reliable systems that protect consumers from harmful practices as regulated by the Indonesian Civil Code, Law No. 11 of 2008 Concerning Electronic Information and Transactions, Law No. 8 of 1999 Concerning Consumer Protection and Government Regulation No. 80 of 2019 Concerning Trade through Electronic Systems. Hence, this article will argue that the use of limitation of liability clauses must be proportional and not override consumer rights. If a platform is proven negligent in preventing or addressing fake orders, it may still bear legal responsibility under both fault-based and strict liability doctrines.

---

Copyright © 2025 JSR. All rights reserved.

---

## PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya penggunaan teknologi dan internet, sektor perdagangan di Indonesia mengalami banyak perubahan signifikan. Salah satunya melalui fenomena e-commerce yang dijelaskan oleh Knight dan Mann sebagai proses jual beli barang atau jasa antara pelaku usaha dan pembeli melalui segala bentuk jaringan komputer (Knight & Mann, 2017). Lantas, sebuah transaksi dalam *platform e-commerce* melibatkan 3 pihak yaitu pelaku usaha, konsumen dan *platform e-commerce* sendiri. Pasal 1 ayat (3) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut sebagai UUPK) mendefinisikan pelaku usaha sebagai “perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun non-badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dalam *platform e-commerce*, peran dari seorang pelaku usaha adalah sebagai penyedia barang atau jasa yang diunggah dalam *platform e-commerce* terpilih sehingga dapat diakses oleh konsumen. Lalu, produk yang telah diunggah dapat dipilih oleh konsumen yang tertarik setelah konsumen melakukan perbandingan produk berdasarkan faktor-faktor seperti harga, jumlah produk yang sudah terjual serta *rating* dan *review*. Sebuah penelitian oleh Haris et al. menemukan bahwa *review* dan *rating* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan minat beli konsumen (Haris & Ruhimat, 2022). Sehingga, hal ini menunjukkan bahwa adanya bukti transaksi yang telah dilakukan sebelumnya, baik itu melalui ulasan ataupun jumlah penjualan yang tertera di keterangan produk, membantu meningkatkan penjualan produk atau jasa secara online karena konsumen beranggapan bahwa produk tersebut dapat dipercaya dan sesuai dengan harapan konsumen lainnya. Proses terakhir dalam transaksi melalui *platform e-commerce* adalah penyelesaian transaksi antara kedua belah pihak

setelah konsumen memilih jasa pembayaran dan pengiriman yang disediakan oleh *platform e-commerce*.

Di Indonesia, pengguna *platform* seperti Shopee dan Tokopedia meningkat pesat hingga memiliki jumlah pengunjung lebih dari 300 juta per bulan (Ahdiat, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa transaksi *online* melalui *e-commerce* semakin digemari masyarakat karena berbagai kelebihannya seperti kecepatan dan kemudahan bertransaksi, biaya promosi atau harga produk yang jauh lebih murah serta kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, meskipun terdapat banyak kelebihan dalam penggunaan *e-commerce*, mulai bermunculan pula berbagai praktik curang yang merugikan. Berdasarkan pernyataan dari Wakil Menteri Komunikasi dan Informatika, terdapat sekitar 52.650 laporan kasus penipuan *online* atau *fraud* yang terjadi di sektor *e-commerce* sepanjang tahun 2017 hingga 2024 (Rochamn, 2024). Khususnya di *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, mulai bermunculan strategi bisnis curang yaitu *fake order* yang dilakukan oleh penjual sendiri ataupun oleh pihak ketiga yaitu penyedia jasa pemesanan palsu.

*Fake order* adalah praktik yang dilakukan oleh penjual untuk meningkatkan *rating* dan *review* sebuah produk serta jumlah penjualan produk dengan cara curang yaitu dengan memberdayakan akun-akun palsu yang tidak pernah menerima produk secara langsung. Menurut jurnal yang ditulis oleh Rafida Fauziya dan Muzakar Isa yang meneliti *purchase intention* produk *fashion* yang dijual di beberapa vendor Shopee, keberadaan pembeli palsu memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan pembeli karena produk tersebut dipandang sudah memiliki banyak permintaan dan transaksi (Fauziya & Isa, 2024). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam proses pembuatan keputusan, jumlah penjualan dan ulasan positif sangat mempengaruhi terjual atau tidaknya sebuah produk. Pada kenyataannya, tidak semua toko di *platform e-commerce* memiliki jumlah penjualan ataupun ulasan yang cukup untuk meyakinkan kepercayaan konsumen sehingga mereka terpaksa untuk menggunakan *fake order* untuk menarik konsumen. Di sisi lain, *fake order* dapat membahayakan kepercayaan konsumen atas keamanan transaksi *online* hingga ada kemungkinan pembeli tidak lagi menggunakan *platform* yang sama ataupun kembali membeli produk di toko tersebut apabila produk yang diterima tidak sesuai harapan. Sehingga, praktik *fake order* ini dapat merugikan berbagai pihak yang terlibat di jangka panjang.

Dalam konteks hukum Indonesia, telah terdapat beberapa peraturan yang mengatur transaksi elektronik, namun, hingga kini belum terdapat pengaturan spesifik mengenai praktik *fake order*, terutama dalam hal menentukan sejauh mana tanggung jawab masing-masing pihak baik pelaku usaha maupun *platform e-commerce* jika terjadi kerugian terhadap konsumen. Beberapa kasus *fake order* yang telah dibawa ke ranah hukum umumnya hanya menyoroti tanggung jawab pelaku usaha sebagai pelaku penipuan, seperti menjual produk yang tidak sesuai atau tidak mengirimkan barang. Padahal, *platform e-commerce* sebagai penyelenggara sistem dan fasilitator transaksi juga memiliki peran strategis dalam menjaga integritas dan kejujuran sistem perdagangan elektronik. Penelitian terdahulu juga cenderung fokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha atau konsumen, tanpa membahas secara mendalam posisi dan tanggung jawab hukum *platform e-commerce*, khususnya dalam kaitannya dengan penggunaan *limitation of liability clause* yang sering digunakan untuk membatasi pertanggungjawaban mereka. Oleh karena itu, penting untuk menelaah

secara kritis bagaimana bentuk pertanggungjawaban hukum *platform e-commerce* dalam kasus *fake order*, dan apakah penggunaan prinsip *limitation of liability* dalam klausul perjanjian elektronik sudah sesuai dengan prinsip tanggung jawab hukum yang berlaku. Dengan demikian, rumusan masalah dalam tulisan ini adalah: bagaimana penerapan prinsip *limitation of liability* terhadap tanggung jawab *platform e-commerce* dalam kasus *fake order* di Indonesia?

## METODE

Artikel ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif yang memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta norma-norma hukum yang berhubungan dengan kasus *fake order*. Khususnya, artikel ini akan menggunakan pendekatan *statute approach* yang menganalisis aturan hukum yang berhubungan dengan transaksi *e-commerce* serta hak dan kewajiban pihak-pihak yang bersangkutan dengan *fake order*. Artikel ini juga akan menggunakan pendekatan *conceptual approach* yang akan menelusuri konsep hukum yang lebih abstrak yaitu teori tanggung jawab hukum, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait kewajiban *platform e-commerce* dalam menghadapi permasalahan ini. Metode penelitian ini akan digunakan untuk menafsirkan ketentuan hukum seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menggunakan penalaran deduktif. Sehingga, penelitian ini akan dimulai dengan premis-premis hukum yang sudah ada lalu menarik kesimpulan yang lebih spesifik terkait pertanggungjawaban *e-commerce* dalam kasus *fake order*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fenomena Fake Order

*Fake order* adalah praktik curang yang terjadi di *platform e-commerce* dimana pesanan yang dilakukan tidak memiliki tujuan transaksi yang sebenarnya dengan tujuan menaikkan jumlah dan/atau rating produk agar terlihat lebih menarik oleh konsumen. Seringkali, praktik *fake order* ini dilakukan oleh pelaku usaha yang mengirimkan produk kepada pihak yang tidak benar-benar membeli atau oleh penyedia jasa *fake order* yang mengakali sistem *platform e-commerce* sehingga toko tertentu mengalami peningkatan jumlah penjual atau ulasan positif terhadap produk. Hal ini sering terjadi karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki ulasan baik dan jumlah pembelian tinggi (Fauziya & Isa, 2024). Namun, dampak dari praktik *fake order* adalah adanya elemen 'menipu' yang dilakukan oleh pelaku usaha sehingga konsumen seringkali merasa dirugikan saat produk yang diterima tidak sesuai harapan. Kekecewaan ini pun dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan dan ketidakpuasan terhadap pelaku usaha dan *platform e-commerce* itu sendiri.

Di sisi lain, sebagian orang di media sosial seperti Tik Tok berpendapat bahwa *fake order* bukanlah praktik yang merugikan atau melanggar hukum. Menurut akun Tik Tok @ininabnab, *fake order* merupakan strategi marketing yang dapat membantu meningkatkan reputasi toko dan kepercayaan konsumen sehingga menguntungkan pelaku usaha dan dapat memberikan penghasilan tambahan bagi *buzzer* atau akun palsu yang terlibat dalam praktik *fake order* tersebut. Menurut sudut pandang ini, *fake*

*order* adalah strategi bisnis yang sah selama produk yang dikirimkan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Namun, argumen ini mengabaikan beberapa prinsip penting dalam hukum Indonesia yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, khususnya terkait *standard of conduct* dan itikad baik dalam bertransaksi.

Menurut Suyanto Sidik, *standard of conduct* adalah “sandaran atau tingkah laku yang harus ditaati oleh setiap orang dalam bertindak dalam melakukan hubungan satu dengan yang lain” (Sidik, 2013). Dalam melakukan sebuah transaksi, pelaku usaha diharapkan untuk mengacu pada *standard of conduct* yang menaati norma hukum, etika dan regulasi yang berlaku. Apabila pelaku usaha melakukan praktik *fake order* sehingga konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan apa yang dideskripsikan di etalase toko, hal tersebut dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak sesuai etis dan melanggar aturan yang berlaku. Salah satunya adalah pelanggaran Pasal 8 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut sebagai UUPK) yang mengatur bahwa pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang dideskripsikan dalam bahan promosinya. Selebihnya, salah satu asas utama dalam hukum perjanjian adalah harus adanya itikad baik yang menjadi dasar hubungan untuk melakukan transaksi tanpa maksud untuk merugikan pihak lain dengan sengaja (Subekti, 1998). Transaksi yang harus dilaksanakan dengan itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (yang selanjutnya disebut sebagai KUH Perdata), sehingga dalam konteks praktik *fake order*, tindakan ini dapat dianggap pelanggaran terhadap prinsip tersebut karena menyesatkan konsumen dalam mengambil keputusan.

Saat ini, tanggung jawab dalam kasus *fake order* di Indonesia lebih sering diarahkan kepada pelaku usaha tanpa mempertimbangkan peran *platform e-commerce* sebagai fasilitator transaksi dan sebagai salah satu pihak yang memiliki perjanjian dengan penggunaannya. Dari sisi pelaku usaha, Pasal 8 UUPK menetapkan dua larangan bagi pelaku usaha, yaitu larangan terhadap produk yang tidak layak serta larangan memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kebenaran. Dalam konteks *fake order*, pelaku usaha yang secara sengaja menciptakan ulasan palsu atau pemesanan fiktif untuk menciptakan persepsi palsu di mata konsumen, jelas melanggar ketentuan ini. Hal ini melanggar Pasal 28 ayat (1) Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya disebut sebagai UU ITE) karena menyebarkan informasi menyesatkan yang dapat merugikan konsumen, serta bertentangan dengan Pasal 7 dan 8 UUPK yang mewajibkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Tindakan tersebut juga merupakan bentuk nyata dari perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata.

Di sisi lain, *platform e-commerce* seringkali hanya disebut sebagai perantara dan menyatakan tidak bertanggung jawab atas tindakan pelaku usaha yang menggunakan layanannya. Namun, pembatasan tanggung jawab *platform e-commerce* sebagai “sekadar perantara” tidak sepenuhnya sesuai dengan teori tanggung jawab hukum yang berkembang. Menurut doktrin *strict liability*, pihak yang memiliki kendali terhadap suatu sistem atau sarana yang digunakan dalam suatu perbuatan hukum tetap dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun tidak secara langsung melakukan pelanggaran. Dalam konteks e-commerce, *platform* memiliki kendali atas sistem digitalnya dan turut memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas perdagangan

yang terjadi di dalamnya, sehingga tidak dapat melepaskan diri sepenuhnya dari tanggung jawab atas praktik curang seperti *fake order*.

Lebih lanjut, konsep *vicarious liability* atau tanggung jawab atas perbuatan pihak lain dapat diterapkan ketika suatu pihak memiliki hubungan hukum dan kekuasaan tertentu terhadap pelaku utama, seperti halnya hubungan antara *platform* dan pelaku usaha pengguna *platform*. Meskipun *platform* bukanlah “majikan” dari pelaku usaha, namun *platform* memiliki peran sebagai pengendali internal dan memiliki otoritas untuk mengatur, menghapus, atau menanggukhkan akun yang terbukti curang, sebagaimana diatur dalam Pasal 23 dan 24 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (yang selanjutnya disebut sebagai PP 80/2019). Kelalaian dalam menjalankan fungsi tersebut dapat dianggap sebagai bentuk *negligence* atau kelalaian, yang juga merupakan dasar pertanggungjawaban hukum.

Dengan demikian, mekanisme pertanggungjawaban dalam kasus *fake order* semestinya bersifat kolektif dan proporsional antara pelaku usaha sebagai pelaku utama, dan *platform e-commerce* sebagai penyedia fasilitas dan pengelola sistem transaksi elektronik. Sehingga peran pengawasan dan tanggung jawab *platform* harus lebih aktif, bukan pasif, untuk menjamin perlindungan konsumen serta menciptakan ekosistem digital yang adil dan aman sesuai dengan hukum yang berlaku.

### Dasar Hukum Transaksi Elektronik

Di Indonesia, hukum perjanjian diatur dalam Kitab Undang Undang Hukum Perdata atau KUH Perdata, khususnya pada Buku III tentang Perikatan. Pasal 1313 KUH Perdata mendefinisikan suatu perjanjian atau persetujuan sebagai “suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.” Perjanjian tersebut dianggap sah apabila memenuhi 4 syarat yang disebutkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata yaitu: adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, suatu hal tertentu yang diperjanjikan dan suatu sebab yang halal.

Sebuah transaksi merupakan salah satu bentuk perjanjian karena melibatkan kesepakatan antara dua pihak untuk melakukan pertukaran barang atau jasa sehingga menciptakan hak dan kewajiban yang perlu dipenuhi. Pasal 4 UUPK1 mengatur bahwa konsumen memiliki berbagai hak penting yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Hak-hak tersebut mencakup hak untuk memilih barang dan/atau jasa secara bebas serta memperoleh produk sesuai dengan janji atau keterangan yang diberikan; hak atas informasi yang akurat, transparan, dan tidak menyesatkan; serta hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan. Sementara itu, Pasal 7 UUPK menetapkan kewajiban pelaku usaha, antara lain untuk menjalankan usaha dengan itikad baik, menyampaikan informasi yang jujur dan jelas mengenai produk yang ditawarkan, serta memberikan ganti rugi jika barang atau jasa tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Ketentuan ini menjadi dasar hukum penting dalam memastikan adanya keseimbangan dan perlindungan dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

Selain daripada kegiatan jual beli konvensional, cara transaksi melalui internet atau aplikasi online mulai digemari oleh masyarakat karena menawarkan kemudahan dan kecepatan transaksi. Salah satu cara melakukan transaksi *online* ini adalah melalui

*platform e-commerce* yang memfasilitasi pertemuan pelaku usaha dengan konsumen. Pada transaksi jual beli digital, pihak yang terlibat memiliki hubungan hukum yang diatur dalam bentuk perjanjian atau kontrak elektronik sesuai dengan Pasal 1 ayat (17) UU ITE dan berkekuatan hukum sama dengan perjanjian tertulis sehingga prinsip-prinsip hukum perdata tetap berlaku. Salah satu bentuk perjanjian elektronik tersebut adalah syarat dan ketentuan untuk pengguna *platform e-commerce* yang wajib disajikan oleh penyedia *platform* berdasarkan Pasal 23 huruf a PP 80/2019.

Berdasarkan hal tersebut, ini berarti hak serta kewajiban pelaku usaha dan konsumen yang bertransaksi secara online tetap harus dijamin dan dipenuhi. Selebihnya, meskipun *platform e-commerce* tidak secara langsung terlibat dengan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, *platform e-commerce* tetap memiliki peran penting dalam memastikan keamanan dan kelancaran transaksi antara kedua belah pihak. Hal ini diperkuat oleh Pasal 24 angka 1 PP 80/2019 yang mewajibkan *platform e-commerce* untuk menjaga sistem elektronik yang aman, andal, bertanggung jawab dan dapat dipercaya oleh publik. Oleh karena itu, transaksi yang dilakukan secara online tetap melibatkan tiga pihak utama yakni: pelaku usaha, konsumen dan *platform e-commerce* yang memediasi transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

### **Tanggung Jawab Hukum Platform E-Commerce Berdasarkan Prinsip *Limitation of Liability***

Dalam kamus hukum, tanggung jawab diartikan sebagai kewajiban seseorang untuk melakukan sesuatu yang telah diwajibkan padanya (Hamzah, 2005). Tanggung jawab berhubungan erat dengan konsep hak dan kewajiban karena di saat seseorang diberikan tanggung jawab, ia juga diberikan kewajiban. Teori tanggung jawab hukum menurut Hans Kelsen adalah di saat “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan” (Kelsen, 2008). Sehingga, berdasarkan pengertian tersebut, saat seseorang gagal untuk memenuhi kewajibannya hingga terkena sanksi, ia harus bertanggung jawab atas pelanggaran tersebut.

Tanggung jawab dalam hukum perdata adalah tanggung jawab saat seorang individu atau kolektif melakukan perbuatan melawan hukum (Purbacakara & Soekanto, 2010). Dalam hal ini, perbuatan melawan hukum mencakup tindakan yang bertentangan dengan aturan yang ada serta tindakan yang bertentangan dengan prinsip kesusilaan, kehati-hatian, kepastian ataupun kepatutan yang tidak tertulis. Pasal 1365 KUH Perdata menjelaskan perbuatan melawan hukum sebagai kesalahan yang dilakukan oleh seorang dan menimbulkan kerugian untuk orang lain. Ketentuan terkait perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) juga diatur dalam KUH Perdata melalui prinsip-prinsip tanggung jawab hukum sebagai berikut (Shidarta, 2000):

#### **a. *Liability Based on Fault***

Prinsip yang menyatakan bahwa individu dianggap harus bertanggung jawab apabila terbukti bahwa ada unsur kesalahan dilakukannya berdasarkan Pasal 1365 hingga Pasal 1367 KUH Perdata. Khususnya, prinsip ini harus memenuhi empat unsur utama yaitu ada perbuatan, unsur kesalahan, kerugian serta hubungan antara kerugian dan kesalahan yang dilakukan.

- b. *Presumption of Liability*  
Prinsip ini berdasarkan asumsi bahwa individu yang tergugat akan dianggap bertanggung jawab hingga ia terbukti bersalah. Sehingga, dalam hal ini tergugat memiliki beban untuk membuktikan ia tidak memenuhi unsur kesalahan.
- c. *Presumption of Non-Liability*  
Prinsip ini menetapkan bahwa individu dianggap tidak bertanggung jawab hingga ia terbukti telah melakukan kesalahan. Prinsip ini diatur secara implisit dalam KUH Perdata melalui asas hukum umum mengenai beban pembuktian.
- d. *Strict Liability*  
Prinsip ini menyatakan bahwa individu dapat diminta tanggung jawab atas suatu perbuatan meskipun ia tidak bersalah, asalkan ia terlibat dalam melakukan pelanggaran. Dengan kata lain, tanggung jawab hukum tetap dapat dikenakan jika seseorang terlibat dalam pelanggaran meskipun tidak ada unsur kesalahan.
- e. *Limitation of Liability Principle*  
Prinsip ini merujuk pada Pasal 1239 dan 1243 KUH Perdata yang mengatur tanggung jawab kontraktual atas wanprestasi yang membatasi tanggung jawab seseorang melalui perjanjian. Dalam hal ini, pertanggungjawaban dapat dibatasi dengan cukup memenuhi prestasi.

Salah satu bentuk perjanjian elektronik dalam transaksi online adalah *terms and conditions* atau syarat dan ketentuan penggunaan yang disusun sepihak oleh *platform e-commerce*. Dalam syarat tersebut, umumnya dimuat klausul pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability clause*) atau bahkan pengecualian tanggung jawab atau *exemption clause* (Marheni, 2014). Klausul-klausul ini biasanya menyatakan bahwa *platform* tidak bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi karena kelalaian pengguna atau dari isi dan transaksi yang dilakukan oleh pihak ketiga, yaitu penjual.

Secara kontraktual, keberadaan *exemption clause* diakui dalam praktik hukum perdata, khususnya dalam hubungan antar pelaku usaha, selama tidak bertentangan dengan undang-undang, moralitas, atau ketertiban umum. Namun, dalam konteks hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, keberlakuannya harus tunduk pada asas keadilan, transparansi, dan prinsip perlindungan konsumen. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a dan g UUPK yang secara tegas melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang menyatakan bahwa mereka dapat menolak tanggung jawab atas kerugian konsumen atau memberikan kekuasaan sepihak kepada pelaku usaha.

Lebih lanjut, argumen bahwa *platform e-commerce* hanyalah "perantara pasif" dalam transaksi online menjadi tidak relevan jika ditinjau dari struktur dan praktik transaksi yang sesungguhnya. *Platform* tidak hanya menyediakan ruang jual beli tetapi juga mendapatkan keuntungan langsung dari transaksi konsumen, misalnya melalui biaya layanan (*service fee*) yang ditagihkan secara bersamaan pada saat konsumen melakukan checkout bersama dengan harga barang dan ongkos kirim. Pengenaan biaya menunjukkan bahwa *platform* tidak hanya perantara pasif tetapi mendapatkan nilai ekonomi secara langsung dari setiap transaksi. Oleh karena itu, posisi hukum *platform e-commerce* dalam transaksi ini tidak netral dan mereka patut dimintai tanggung jawab apabila terjadi kelalaian dalam pengawasan atau penyalahgunaan sistem.

Selain itu, *platform e-commerce* memiliki otoritas atas akun penjual, menyusun serta mengatur kebijakan penggunaan sistem, dan memiliki kapasitas teknis untuk

mengawasi, menanggukkan, atau menghapus konten atau akun yang terindikasi merugikan konsumen. *Platform e-commerce* memiliki kewajiban untuk memiliki “pengamanan sistem elektronik yang mencakup prosedur dan sistem pencegahan dan penanggulangan terhadap ancaman dan serangan yang menimbulkan gangguan, kegagalan dan kerugian” sebagaimana diatur dalam Pasal 24 angka 2 PP 80/2019. Kewajiban ini bersifat preventif dan menjadi bentuk tanggung jawab *platform* untuk mencegah terjadinya praktik curang seperti *fake order*. Dengan kata lain, tidak cukup bagi *platform* hanya menyediakan sistem namun mereka juga berkewajiban memastikan bahwa sistem tersebut digunakan secara wajar dan tidak merugikan konsumen.

Selebihnya, *platform e-commerce*, walau tidak secara langsung berhubungan dengan transaksi antara pelaku usaha dan pembeli, dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan prinsip *strict liability* karena memiliki tanggung jawab hukum untuk menciptakan transaksi yang aman dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 9 UU ITE dan Pasal 23 huruf a PP 80/2019. Gagalnya pengawasan terhadap praktik ini dapat dikualifikasikan sebagai tindakan yang tidak sejalan dengan prinsip kehati-hatian (*duty of care*) dalam hukum perdata serta berpotensi melanggar Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang melarang penyebaran informasi palsu dan mengakibatkan kerugian konsumen. Apabila terbukti bahwa *platform* lalai dalam mengawasi atau bahkan mengetahui dan membiarkan praktik tersebut terjadi, maka dapat diberlakukan prinsip *liability based on fault* terhadap *platform*.

Dengan mempertimbangkan teori tanggung jawab hukum dan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan, dapat disimpulkan bahwa prinsip *limitation of liability* tidak dapat diberlakukan secara absolut oleh *platform e-commerce*, khususnya dalam konteks praktik *fake order*. *Platform* bukanlah sekadar perantara pasif, melainkan entitas hukum yang berperan aktif dalam sistem transaksi digital dan memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas tersebut. Oleh karena itu, *platform* memiliki kewajiban hukum untuk menjamin keamanan, keandalan, dan kejujuran dalam transaksi yang terjadi di dalam *platform*-nya. Klausul pembatasan tanggung jawab hanya dapat dibenarkan sejauh tidak bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen, asas keadilan kontraktual, serta ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Jika terbukti terjadi kelalaian, pengabaian pengawasan, atau pelanggaran terhadap kewajiban hukum yang dimiliki, *platform* tetap dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum. Dengan demikian, pertanggungjawaban *platform* dalam kasus *fake order* harus dipandang sebagai bagian dari kewajiban hukum yang melekat, bukan sebagai tanggung jawab yang dapat dikesampingkan melalui klausul sepihak.

## KESIMPULAN

Berdasarkan teori tanggung jawab hukum, prinsip perlindungan konsumen, serta analisis terhadap praktik *fake order* di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa penerapan *limitation of liability clause* oleh *platform e-commerce* tidak dapat diberlakukan secara mutlak. Meskipun klausul ini diakui dalam hukum perdata, keberlakuannya dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen harus tunduk pada asas keadilan, transparansi, serta ketentuan Pasal 18 UUPK. Dalam praktiknya, *platform* tidak hanya menyediakan sarana transaksi, tetapi juga memperoleh keuntungan langsung melalui

biaya layanan (*service fee*) serta memiliki otoritas teknis dan administratif terhadap sistem dan akun penjual. Oleh karena itu, mereka tidak dapat lagi diposisikan sebagai perantara pasif, melainkan sebagai aktor hukum yang turut bertanggung jawab dalam proses transaksi.

*Platform e-commerce* wajib menciptakan sistem perdagangan elektronik yang aman, jujur, dan bertanggung jawab. Kegagalan dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap praktik *fake order* dapat dikenakan pertanggungjawaban hukum, baik berdasarkan prinsip *strict liability* maupun *liability based on fault*. Dalam konteks hukum Indonesia, pertanggungjawaban *platform* tidak dapat dikecualikan hanya karena adanya klausula baku, sebab klausul tersebut tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan hak konsumen yang dilindungi secara hukum. Oleh karena itu, tanggung jawab hukum *platform e-commerce* harus dipandang sebagai bagian integral dari ekosistem transaksi digital yang adil dan bertanggung jawab.

Pemerintah Indonesia perlu melakukan harmonisasi dan penegakan dalam regulasi, khususnya pada turunan UUPK dan UU ITE, untuk membatasi ruang lingkup penggunaan *limitation of liability clause* dalam perjanjian elektronik oleh *platform e-commerce*, agar tidak merugikan konsumen secara sepihak. Bagi *platform e-commerce*, disarankan agar *platform* menyusun syarat dan ketentuan penggunaan secara transparan dan tidak sepihak, serta menyesuaikannya dengan prinsip perlindungan konsumen. *Platform* juga seharusnya memperkuat sistem monitoring internal terhadap praktik curang, serta menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif dan responsif. Untuk konsumen, perlu ada peningkatan kesadaran dan literasi hukum digital bagi konsumen agar memahami hak dan perlindungan hukum dalam transaksi daring. Bagi akademisi, topik ini juga dapat dikembangkan lebih lanjut, khususnya mengenai pengujian efektivitas *exemption clause* dalam kontrak elektronik dan batas tanggung jawab *platform* dari perspektif hukum perdata modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1fac6f15645c8fb/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Hamzah, A. (2005). *Kamus Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kelsen H. (2008). *Pure Theory of Law*. Yogyakarta: Nusa Media.
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata
- Knight, S.C., & Mann, C. L. (2017). *Electronic Commerce*. Oxford Research Encyclopedia of International Studies.
- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Subekti. (1998). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermedia.
- Fauziya, A. H. F., & Isa, M. (2024). Pengaruh Fake Buyer dan Fake Review terhadap Purchase Intention Produk Fashion pada Marketplace Shopee dengan Trust sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 17(3), 1225-1242.

- Haris, H., Adiwijaya, N. O., & Ruhimat, Q. A. Y. A. (2022). Pengaruh Rating, Review, dan Response Penjual terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Pengguna Shopee Se-Karesidenan Besuki. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(3), 199-209.
- Marheni, N. P. R. D. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan dengan Pencantuman Disclaimer oleh Pelaku Usaha dalam Situs Internet (Website). *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 3(1), 44112.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- Rochman, F. (2024). *Dari 2017-2024, Kemenkominfo Terima 572 Ribu Aduan Terkait Penipuan Online*. Diakses dari: <https://kalteng.antaranews.com/berita/715351/dari-2017-2024-kemenkominfo-terima-572-ribu-aduan-terkait-penipuan-online>
- Sidik, S. (2013). Dampak undang-undang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) terhadap perubahan hukum dan sosial dalam masyarakat. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1(1), 1-7.
- Sucipto (2024). *Kemenkominfo Catat 405.000 Laporan Penipuan Transaksi Online Sepanjang 2017-2024*. Diakses dari: <https://nasional.sindonews.com/read/1419745/13/kemenkominfo-catat-405000-laporan-penipuan-transaksi-online-sepanjang-2017-2024-1721524077#:~:text=Berdasarkan%20data%20yang%20dihimpun%20Kementrian,sektor%20e%2Dcommerce%20pada%202023>
- Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen