

Ketimpangan Perlindungan Hukum Afiliator di Platform E-Commerce Indonesia

Dikha Anugrah,¹ Bias Lintang Dialog,² Risa Siti Fauziah,³ Haris Budiman⁴
Fakultas Hukum Universitas Kuningan
e-mail: dikha@uniku.ac.id

ABSTRAK

SPesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia telah melahirkan berbagai model bisnis baru, termasuk program afiliasi yang mempertemukan afiliasi sebagai pihak ketiga dengan konsumen melalui promosi produk. Namun, hubungan hukum antara afiliasi dan platform e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Lazada masih menyisakan persoalan perlindungan hukum, terutama dalam aspek kejelasan hak atas komisi dan mekanisme penyelesaian sengketa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perjanjian afiliasi dalam e-commerce dan menelaah sejauh mana regulasi dan implementasinya melindungi hak-hak afiliasi. Metode yang digunakan adalah yuridis empiris dengan pendekatan deskriptif-analitis, melalui studi dokumen hukum dan wawancara dengan afiliasi aktif dari berbagai platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian afiliasi bersifat sepihak (adhesi) dan tidak sepenuhnya memberikan jaminan perlindungan terhadap afiliasi, khususnya dalam hal transparansi komisi dan akses penyelesaian sengketa. Sementara regulasi seperti UU ITE dan PP No. 80 Tahun 2019 telah mengatur e-commerce secara umum, namun belum secara khusus mengakomodasi posisi hukum afiliasi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya formulasi kebijakan khusus, berupa penguatan norma kontraktual dan pembentukan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan setara bagi afiliasi di ranah digital.

Kata Kunci: Afiliator, E-commerce, Hukum kontrak elektronik, Perlindungan hukum, Sengketa

Legal Protection Inequality for Affiliates on E-Commerce Platforms in Indonesia

ABSTRACT

The evolution of digital technology has significantly impacted trade dynamics in Indonesia, notably through the emergence of e-commerce platforms such as Shopee and TikTok Shop. These platforms promote affiliate programs, enabling individuals to earn commissions by marketing products online. However, the contractual relationship between affiliates and platforms is often imbalanced, with standard-form electronic agreements that offer limited protection to affiliates, particularly in terms of commission rights and dispute resolution mechanisms. This research seeks to examine how affiliate agreements are structured in Indonesian e-commerce platforms and how they affect the legal protection of affiliates. Furthermore, it explores policy formulations aimed at strengthening both normative and practical aspects of affiliate protection. Utilizing a normative juridical method with a statutory and comparative approach, the study reveals a lack of legal safeguards and clarity for affiliates, exacerbated by unilateral policy changes and weak bargaining positions. The study concludes with recommendations for regulatory improvement, including more transparent contractual terms and dispute mechanisms to ensure justice, equity, and legal certainty for affiliates in the digital economy.

Keywords: Affiliate Agreement, Commission, Consumer Protection, Dispute Resolution, E-Commerce

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke platform digital, memungkinkan orang untuk bertransaksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi dengan cepat dan

mudah. Kemajuan teknologi informasi tersebut yang menjadikan teknologi sebagai kebutuhan masyarakat salah satunya dalam sektor bisnis. Kemajuan teknologi mempermudah kegiatan jual beli masyarakat Indonesia dengan munculnya situs-situs jual beli online. Hal tersebut mempermudah proses transaksi tanpa adanya pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. Bukan hanya dalam jual beli dalam promosi pun untuk menarik para konsumen kini banyak e-

commerce yang membuat program afiliasi untuk mempermudah jangkauan bisnis mereka.¹

E-commerce adalah semua kegiatan transaksi online berbasis teknologi digital yang menghubungkan konsumen, perusahaan, dan masyarakat umum.² Salah satu aplikasi e-commerce dengan pengguna terbanyak yaitu Shopee dan Tiktok Shop.³ Shopee merupakan platform belanja online yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja, menjual produk, dan berinteraksi dengan penjual. Sedangkan Tiktok Shop adalah fitur di aplikasi Tiktok yang memungkinkan pengguna untuk berjualan dan mempromosikan produk mereka.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.⁴ Di Indonesia, upaya untuk menyesuaikan diri dengan

perkembangan teknologi ini diwujudkan melalui peraturan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Adanya Undang-undang tersebut bertujuan untuk mengatur berbagai aspek terkait informasi dan transaksi elektronik di Indonesia tertuang Pasal 4 UU ITE menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik bertujuan untuk mencerdaskan bangsa, mendorong pertumbuhan perdagangan dan ekonomi, meningkatkan efisiensi layanan publik, memberikan kesempatan luas bagi masyarakat dalam mengembangkan gagasan dan kemampuan di bidang teknologi informasi secara optimal dan bertanggung jawab, serta menjamin rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi para pengguna dan penyelenggaranya.

Program afiliasi merupakan program sarana pemasaran yang dilakukan dengan cara mempromosikan secara online oleh seorang afiliator untuk menarik perhatian pelanggan.⁵ Afiliator dapat mengikuti program tersebut dengan syarat-syarat yang telah disetujui sebelumnya dengan pihak e-commerce atau melalui brand langsung. Dengan adanya persetujuan tersebut dapat dikatakan bahwa telah terjadinya suatu perjanjian elektronik.⁶ Perjanjian elektronik (e-contract) merupakan bentuk kesepakatan yang dibuat, disepakati, dan disimpan dalam media elektronik.⁷ Kehadirannya didorong

¹ Febrina Mahliza, "CONSUMER TRUST IN ONLINE PURCHASE DECISION," *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 2020, <https://doi.org/10.36713/epra4022>.

² Yuyut Prayuti, "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Interpretasi Hukum* 5, no. 1 (January 2024): 903-13, <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.

³ Ni Putu Aprilia Dewi, Faizatul Fajariah, and I Made Suardana, "Pengaruh Content Marketing Dan Electronic of Mouth Pada Platform Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee," *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 4 (2023), <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>.

⁴ "Survei APJII 2023: Mayoritas Masyarakat Tidak Pernah Menjaga Keamanan Data - GoodStats Data," accessed May 28, 2025, <https://data.goodstats.id/statistic/survei-apjii-2023-mayoritas-masyarakat-tidak-pernah-menjaga-keamanan-data-dRPvs>.

⁵ Bella Septiko Putri, "Perlindungan hukum terhadap afiliasi pada E-Commerce Shopee" (bachelorThesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72273>.

⁶ Ikka Puspita Sari, "KEABSAHAN PERJANJIAN KONTRAK ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TINJAU DARI HUKUM PERDATA," *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.47776/alwasath.v3i2.613>.

⁷ Sari.

oleh kebutuhan akan efisiensi dan fleksibilitas dalam era digital. Dengan perjanjian elektronik, pihak-pihak yang terlibat dapat menyepakati berbagai hal tanpa harus bertemu langsung, sehingga menghemat waktu dan biaya.⁸ Hal ini menjadi sangat relevan dalam berbagai bidang, seperti perdagangan elektronik (e-commerce), pemasaran afiliasi, layanan keuangan digital, hingga pengadaan barang dan jasa secara daring.

Namun, dalam perjanjian elektronik yang dilakukan afiliator dengan pihak pemberi jasa terdapat masalah yang bisa merugikan afiliator seperti wanprestasi. Perjanjian elektronik antara afiliator dan perusahaan sering kali tidak seimbang, dengan ketentuan yang lebih menguntungkan pihak perusahaan. Afiliator yang berada di posisi tawar yang lemah sering kali harus menerima perjanjian yang kurang melindungi hak mereka, termasuk ketentuan pemutusan kerja sama sepihak, batasan komisi, atau kurangnya perlindungan dari risiko hukum. Afiliator terkadang dirugikan dalam pemberian komisi bahkan dalam penyediaan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka sediakan.

Contoh kasus yang dialami seorang afiliator inisial NZ di video yang diunggahnya di tiktok, NZ mengungkapkan kekesalannya mengenai kebijakan program afiliasi di Shopee yang mana NZ tidak mendapatkan komisi yang layak dari pihak Shopee. NZ menunjukkan metrik komisi, pendapatan omsetnya mencapai 10 juta akan tetapi komisi yang didapatkan hanya Rp 45.000,00 (Empat puluh lima ribu rupiah). NZ juga mengalami hal yang sama di Tiktok, yang mana video yang NZ buat dan baru FYP

(*For Your Page*) yaitu halaman yang muncul di rekomendasi atau halaman awal di TikTok. FYP berisi video-video pendek yang direkomendasikan oleh TikTok kepada pengguna berdasarkan minat dan ketertarikan mereka. Akan tetapi Tiktok menurunkan komisi setelah video tersebut FYP dimana kebijakan Tiktok ini berubah-ubah sehingga merugikan pihak Afiliator.⁹

Penelitian ini membandingkan dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian Dea Mahara Saputri (2022) dengan hasil penelitian perlindungan hukum terhadap perjanjian dalam transaksi elektronik di e-commerce masih belum optimal, khususnya untuk produk dengan nilai ekonomi rendah.¹⁰ Dalam situasi seperti ini, konsumen kerap kali harus menerima kerugian sebagai bagian dari risiko yang melekat pada transaksi digital. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak untuk menunjukkan itikad baik dalam menjalankan isi perjanjian. Di sisi lain, pelaku usaha juga disarankan mencantumkan klausul-klausul yang memperkuat hak-hak konsumen, agar tercipta keseimbangan posisi antara penjual dan pembeli.

Penelitian kedua dari Fathur Rahman (2022) dengan hasil penelitian bahwa kerja sama dalam program affiliate marketing antara Shopee dan para afiliator

⁸ Dyah Ayu Artanti and Men Wih Widiatno, "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 Ayat 1 UU ITE Ditinjau Dari Hukum Perdata Di Indonesia," *ICA of Law* 1, no. 1 (2020).

⁹ "TikTok - Make Your Day," accessed May 29, 2025, https://www.tiktok.com/@/video/7296799276682808581?_r=1&_d=secCgYIASAHKAESPgo8kw%2FQrQFgvavWSAt6Y5Oy8Q7Mt%2FdtXoPhYYaOenSSglvSanI9iLcuiafyEb4Md70tFGGxhjH2vlf9wUIWGgA%3D&u_code=dhk3848jkcecd2&share_item_id=7296799276682808581×tamp=1732190174&utm_campaign=client_share&utm_source=short_fallback&share_app_id=1233.

¹⁰ Dea Mahara Saputri, "Kepastian Terhadap Perlindungan Hukum Atas Perjanjian Elektronik Pada E-Commerce," *Pamulang Law Review* 5, no. 2 (November 11, 2022): 159, <https://doi.org/10.32493/palrev.v5i2.25521>.

diperbolehkan sepanjang memenuhi syarat-syarat yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam.¹¹ Mekanisme pemberian komisi yang diterapkan oleh Shopee kepada afiliator sejalan dengan konsep akad samsarah dan wakalah bil ujah dalam Islam. Sistem afiliasi yang digunakan oleh Shopee merupakan model berbasis komisi pay per sale, di mana pemasar akan menerima imbalan berdasarkan hasil penjualan produk yang berhasil mereka promosikan atas nama merchant atau pemilik produk.

Penelitian ketiga dari Syirtu Fil Laely dan Muh. Iman (2023) dengan hasil penelitian permasalahan terkait komisi afiliator timbul akibat adanya unsur kelalaian atau tindakan disengaja dari pihak Shopee selaku penyelenggara dan penyedia layanan program Shopee Affiliate.¹² Oleh karena itu, dalam kasus ini, afiliator yang mengalami kerugian memiliki hak untuk mengajukan tuntutan terhadap Shopee atas dugaan wanprestasi yang telah dilakukan dan menuntut pertanggungjawaban atas kerugian yang ditimbulkan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan permasalahan antara lain:

1. Bagaimana bentuk perjanjian afiliasi dalam platform e-commerce di Indonesia memberikan

perlindungan hukum bagi afiliator, khususnya terkait hak atas komisi dan mekanisme penyelesaian sengketa?

2. Bagaimana perumusan kebijakan yang dapat memperkuat perlindungan hukum bagi afiliator secara normatif dan implementatif dalam ekosistem e-commerce di Indonesia?

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang bertumpu pada norma-norma hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan ketentuan kontraktual. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach), dengan mengkaji regulasi terkait transaksi elektronik, perlindungan konsumen, dan hukum perjanjian, khususnya dalam konteks program afiliasi pada platform e-commerce. Selain itu, digunakan juga pendekatan perbandingan (comparative approach) untuk menelaah ketentuan program afiliasi pada beberapa platform besar seperti Shopee dan TikTok Shop, guna mengidentifikasi kesenjangan dan ketimpangan perlindungan hukum yang terjadi. Bahan hukum dianalisis secara kualitatif untuk mengevaluasi sejauh mana kerangka hukum yang berlaku mampu menjamin keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan bagi afiliator dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

¹¹ Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah," *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (June 22, 2022): 24-37, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.

¹² Syirtu Fil Laely and Muh Iman, "Tanggung Gugat Penyedia Layanan Terhadap Afiliator Terkait Wanprestasi Dalam Perjanjian Afiliasi (Studi Kasus Afiliator Shopee Id: 11377610190)," *Indonesian Journal of Law and Justice* 1, no. 2 (December 15, 2023): 17-17, <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i2.2037>.

1. Bentuk Perjanjian Afiliasi dalam Platform E-Commerce di Indonesia dan Perlindungan Hukum bagi Afiliator

Perjanjian elektronik atau e-contract merupakan bentuk kontrak yang dibuat dan disepakati oleh para pihak secara daring melalui sistem elektronik.¹³ Dalam program afiliasi, perjanjian ini digunakan oleh platform e-commerce untuk menetapkan syarat-syarat partisipasi bagi afiliator yang memasarkan produk melalui tautan khusus.¹⁴ Dengan bentuknya yang digital, perjanjian ini sangat fleksibel dan memungkinkan implementasi lintas waktu dan tempat, memudahkan ekspansi program afiliasi ke seluruh penjuru Indonesia.

Namun, sifat elektronik dari kontrak ini sering kali berwujud standard form contract atau kontrak baku yang tidak dapat dinegosiasikan.¹⁵ Dalam posisi ini, afiliator hanya dapat menyetujui atau menolak perjanjian tanpa dapat mengubah ketentuannya. Hal ini menciptakan ketimpangan posisi hukum antara afiliator yang bersifat perorangan atau kelompok kecil dengan platform yang memiliki kekuatan ekonomi dan hukum yang besar.

Selain itu, perjanjian afiliasi cenderung mengabaikan prinsip kesetaraan dalam berkontrak sebagaimana dijamin dalam Pasal 1320

KUH Perdata dan Pasal 18 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketika klausul disusun sepihak dan mengikat secara otomatis melalui klik “setuju,” maka substansi keadilan menjadi kabur.¹⁶ Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang validitas persetujuan yang didasarkan pada pilihan yang tidak sungguh-sungguh bebas.

Peninjauan ulang terhadap kerangka hukum perjanjian elektronik perlu dilakukan, khususnya dalam program afiliasi, agar tidak hanya mengedepankan efisiensi transaksi, tetapi juga menjamin prinsip keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Pemahaman terhadap bentuk kontrak ini menjadi dasar untuk membahas lebih lanjut klausul penting yang menyangkut hak atas komisi bagi afiliator.

Komisi adalah imbalan yang diberikan kepada afiliator atas keberhasilannya memasarkan produk melalui link atau kode afiliasi.¹⁷ Dalam praktiknya, sistem komisi ditentukan berdasarkan presentase dari nilai transaksi yang terjadi, dan dibayarkan dalam periode tertentu sesuai ketentuan dalam perjanjian.

Namun, berbagai perjanjian afiliasi

¹³ Fitria Dewi Navisa, Firda Qotrunnada, and Ahmad Bastomi, *Konsep Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian* (Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2023).

¹⁴ Firda Qotrunnada, “KEDUDUKAN HUKUM JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT HUKUM PERJANJIAN,” *Dinamika* 29, no. 1 (February 4, 2023): 6942–57.

¹⁵ Kosmas Dohu Amajihono, “Kekuatan Hukum Kontrak Elektronik,” *JURNAL PANAHA KEADILAN* 1, no. 2 (August 25, 2022): 128–39, <https://doi.org/10.57094/jpk.v1i2.458>.

¹⁶ Denico Doly, “Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku (Strengthening Consumer Protection Efforts in Indonesia with Relevant Clause of Standard),” *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (August 4, 2016): 41–58, <https://doi.org/10.22212/JNH.V3I1.223>.

¹⁷ Angelica Dinda Regina Permatasari, “Perlindungan hukum terhadap Affiliator atas pembayaran komisi Shopee Affiliates menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Hukum Islam” (undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023), <http://etheses.uin-malang.ac.id/52419/>.

yang berlaku di Indonesia menunjukkan bahwa klausul ini sering kali bersifat tidak transparan dan memberikan kewenangan sepihak pada platform. Misalnya, beberapa platform memberikan ruang untuk mengubah ketentuan komisi secara sepihak tanpa kewajiban untuk memberi tahu afiliator terlebih dahulu. Keadaan ini merugikan afiliator karena menghapus kepastian pendapatan yang semula dijanjikan.

Lebih lanjut, beberapa platform bahkan menetapkan ambang batas minimum pencairan dana, pemotongan biaya layanan, atau syarat tambahan lainnya yang tidak dijelaskan secara rinci sejak awal. Ketentuan-ketentuan ini menambah beban afiliator dan menciptakan ketimpangan dalam relasi kontraktual. Dalam situasi ini, hak ekonomi afiliator tereduksi secara sistemik melalui praktik yang dibenarkan secara kontraktual.

Kondisi ini menegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap afiliator tidak cukup hanya dengan keberadaan klausul kontrak, melainkan harus ditopang oleh pengawasan dan standar regulasi yang memastikan bahwa hak atas komisi tidak dapat diubah secara sepihak.

Setiap hubungan kontraktual berpotensi menimbulkan sengketa, sehingga perlu disediakan mekanisme penyelesaian yang adil dan dapat diakses. Dalam perjanjian afiliasi, platform e-commerce umumnya mencantumkan klausul penyelesaian sengketa melalui jalur non-litigasi, seperti negosiasi langsung, mediasi, atau proses internal melalui pusat bantuan pengguna. Prosedur ini ditujukan untuk efisiensi dan pengurangan beban proses hukum formal.¹⁸

Namun dalam praktiknya, mekanisme ini lebih sering dirancang secara sepihak dan tertutup, tanpa memberikan ruang partisipasi atau kontrol yang setara bagi afiliator. Banyak afiliator yang mengeluhkan tidak adanya respons dari pihak platform saat terjadi perselisihan, atau hasil penyelesaian yang ditentukan sepihak tanpa melalui dialog yang adil. Hal ini menunjukkan keterbatasan efektivitas penyelesaian sengketa non-litigasi dalam konteks relasi yang tidak seimbang.

Sementara itu, opsi litigasi melalui jalur pengadilan umumnya menjadi pilihan terakhir dan sulit diakses oleh afiliator yang memiliki keterbatasan sumber daya hukum dan biaya. Belum lagi adanya klausul pemilihan hukum dan tempat penyelesaian yang dapat menguntungkan platform, seperti pemilihan yurisdiksi luar negeri atau pusat arbitrase yang jauh dari domisili afiliator.

Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang lebih adil dan inklusif dalam mekanisme penyelesaian sengketa kontrak afiliasi, agar tidak hanya memberikan ilusi keadilan, tetapi mampu menghadirkan keadilan substantif.

Evaluasi terhadap perjanjian afiliasi menunjukkan bahwa keberadaan klausul kontrak secara normatif belum mampu menjamin perlindungan hukum yang setara bagi afiliator. Ketidakseimbangan posisi antara pihak penyusun kontrak (platform) dan pihak penerima kontrak (afilator) menyebabkan dominasi sepihak yang rawan merugikan. Dominasi ini

SENGKETA DALAM SENGKETA BISNIS DI INDONESIA," *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan* 3, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.32502/khdk.v3i1.4519>.

¹⁸ Meirina Nurlani, "ALTERNATIF PENYELESAIAN

mencakup perubahan kebijakan, penundaan pembayaran, bahkan pemutusan kemitraan secara sepihak tanpa alasan yang jelas.

Selain itu, banyak afiliator tidak memahami isi perjanjian secara utuh akibat keterbatasan informasi dan minimnya akses terhadap bantuan hukum. Hal ini membuat afiliator rentan menandatangani kontrak yang mengandung ketentuan yang merugikan dirinya.¹⁹ Dalam konteks ini, persetujuan yang diberikan oleh afiliator tidak sepenuhnya mencerminkan kehendak bebas dan informasi yang cukup (informed consent).

Regulasi yang berlaku saat ini, seperti UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen, belum secara khusus mengatur model hubungan hukum dalam sistem afiliasi. Ketidaktegasan norma ini membuka celah bagi platform untuk menyusun ketentuan kontrak yang menguntungkan pihaknya, tanpa mekanisme pengawasan eksternal yang memadai. Akibatnya, afiliator beroperasi dalam kerangka hukum yang tidak seimbang dan minim perlindungan.

Studi kasus yang dialami oleh afiliator berinisial NZ menjadi contoh nyata dari ketimpangan yang terjadi dalam praktik perjanjian afiliasi. NZ merupakan afiliator dari dua platform besar, yakni Shopee dan TikTok Shop. Dalam testimoninya, NZ mengungkapkan bahwa jumlah komisi yang diterima sangat tidak proporsional

dibandingkan dengan omzet penjualan yang ia hasilkan. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara kontribusi afiliator dan imbalan yang diterima.

Lebih lanjut, perubahan mendadak terhadap kebijakan komisi oleh pihak platform terjadi tanpa pemberitahuan dan tidak disertai penjelasan yang memadai. Keputusan tersebut berdampak langsung terhadap pendapatan afiliator dan membuat perencanaan bisnis mereka menjadi tidak stabil. Dalam kasus NZ, keberatan yang diajukan terhadap perubahan tersebut tidak memperoleh tanggapan dari pihak platform.

Selain ketimpangan dalam komisi, NZ juga mengalami kesulitan saat mencoba menyelesaikan sengketa. Prosedur pengaduan yang disediakan platform terbukti tidak responsif dan berbelit-belit. Akibatnya, NZ kehilangan kepercayaan terhadap sistem perlindungan konsumen digital yang dijanjikan oleh platform, serta merasa tidak memiliki posisi tawar dalam hubungan hukum yang seharusnya bersifat setara.

Studi kasus ini memperkuat argumen bahwa perlindungan hukum bagi afiliator masih belum optimal dan perlu dibenahi melalui intervensi regulasi serta peningkatan kesadaran hukum di kalangan afiliator. Kajian selanjutnya akan mengulas peran hukum perdata, hukum perlindungan konsumen, dan regulasi sektor digital dalam menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi afiliator di Indonesia.

¹⁹ B. K. Permatasari, H. N. Widhiyanti, and Y. E. Widyanti, "Validity of Digital Agreements and the Legal Relations of the Parties in Affiliate Marketing," *Юридичний Часопис Національної Академії Внутрішніх Справ* 15, no. 1 (March 1, 2025): 59–71, <https://doi.org/10.56215/naia-chasopis/1.2025.59>.

2. Formulasi Kebijakan untuk Memperkuat Perlindungan Hukum bagi Afiliator

Kerangka hukum yang mengatur transaksi digital di Indonesia secara

umum tertuang dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta turunannya, termasuk PP No. 71 Tahun 2019. Regulasi ini menegaskan legalitas kontrak elektronik dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Namun, belum ada satupun ketentuan yang secara khusus mengatur hubungan kemitraan berbasis afiliasi, sehingga perlindungan hukum bagi afiliator cenderung tidak eksplisit dan tidak komprehensif.

Selain UU ITE, hukum perdata juga menjadi dasar bagi terbentuknya perjanjian afiliasi,²⁰ namun kembali terbatas pada prinsip umum seperti kebebasan berkontrak dan syarat sah perjanjian. Dalam praktiknya, perjanjian afiliasi justru banyak disusun secara sepihak oleh platform, tanpa ruang negosiasi bagi afiliator.²¹ Hal ini melahirkan ketimpangan relasi hukum yang melemahkan posisi tawar afiliator secara sistemik.

Upaya perlindungan juga dapat ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang pada prinsipnya melarang pencantuman klausul baku yang merugikan. Namun, afiliator belum secara eksplisit diakui sebagai subjek yang mendapat perlindungan dalam konteks hubungan afiliasi.²² Tidak

adanya pengakuan normatif ini menjadikan regulasi konsumen sulit digunakan sebagai dasar klaim hukum oleh afiliator dalam menghadapi platform.

Karena itu, perlu dipahami bahwa keberadaan regulasi yang tidak spesifik dan bersifat parsial menyulitkan upaya penegakan hak bagi afiliator.²³ Ketidakjelasan ini menuntut evaluasi terhadap implementasi yang sudah berjalan.

Implementasi regulasi e-commerce di Indonesia menghadapi tantangan struktural dan teknis yang tidak sederhana. Salah satu kelemahan mendasar terletak pada rendahnya pengawasan terhadap bentuk kontrak elektronik yang digunakan oleh platform digital.²⁴ Padahal, kontrak ini menjadi dasar hubungan hukum antara afiliator dan penyedia platform.²⁵ Tidak adanya standar yang ditetapkan membuat isi kontrak sangat bervariasi dan rentan memuat klausul sepihak.

Selain itu, kelemahan pengawasan juga tampak pada keterbatasan peran lembaga negara, seperti Kementerian Perdagangan dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), yang belum secara aktif mengawasi skema afiliasi sebagai bagian dari transaksi e-

²⁰ Lenny Mutiara Ambarita, "Analisis Yuridis Analisa Kontrak Dalam Transaksi Bisnis Dari Perspektif Hukum Perdata," *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 3, no. 2 (2018).

²¹ Enjel Halia Sukma et al., "PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA PLATFORM E-COMMERCE DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI INDONESIA," *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan* 2, no. 2 (January 10, 2024): 81–90, <https://doi.org/10.3783/causa.v2i2.1878>.

²² Laely and Iman, "Tanggung Gugat Penyedia Layanan Terhadap Afiliator Terkait Wanprestasi Dalam Perjanjian Afiliasi (Studi Kasus Afiliator

Shopee Id."

²³ Vivi Sylvia Purborini, "Legal Analysis of the Parties' Partnership Agreement in the TikTok Affiliate Program," *The International Journal of Politics and Sociology Research* 10, no. 4 (March 31, 2023): 142–248, <https://doi.org/10.35335/ijopsor.v10i4.90>.

²⁴ Sari, "KEABSAHAN PERJANJIAN KONTRAK ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TINJAU DARI HUKUM PERDATA."

²⁵ Jufryanto Puluhalawa, Lisnawaty W. Badu, and Vifi Swarianata, "Discourse on Affiliate Marketing Platform Trading/Investment from Indonesian Legal Perspective," *KnE Social Sciences*, October 4, 2022, 138–47, <https://doi.org/10.18502/kss.v7i15.12084>.

commerce. Ketiadaan regulasi teknis membuat pengawasan sulit dilakukan secara preventif, dan hanya dilakukan secara reaktif ketika muncul sengketa.

Tantangan lainnya ialah kurangnya literasi hukum di kalangan afiliator itu sendiri. Banyak afiliator yang tidak memahami ketentuan hukum yang berlaku, maupun hak-hak mereka ketika menjadi bagian dari program afiliasi. Kondisi ini memperburuk posisi tawar mereka, karena tidak ada mekanisme klarifikasi atau konseling hukum yang mudah diakses, baik dari pemerintah maupun pihak platform.

Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang tidak hanya memperbaiki norma hukum, tetapi juga memperkuat pengawasan dan memberikan edukasi hukum kepada afiliator.

Langkah awal yang dapat dilakukan pemerintah adalah menerbitkan regulasi khusus yang mengatur kemitraan afiliasi digital, baik melalui peraturan menteri atau revisi UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen. Regulasi ini dapat berisi ketentuan minimal terkait isi perjanjian afiliasi, hak dan kewajiban para pihak, serta mekanisme pelaporan jika terjadi pelanggaran. Dengan demikian, tidak ada lagi ketimpangan yang terjadi akibat kekosongan norma.

Selain itu, perlu diterapkan prinsip-prinsip keadilan kontraktual dan keterbukaan informasi dalam semua perjanjian digital. Platform harus diwajibkan menyampaikan skema pembagian keuntungan, durasi program, serta syarat pengakhiran kemitraan secara transparan. Hal ini akan menjamin bahwa afiliator tidak berada dalam ketidaktahuan yang merugikan secara hukum maupun finansial.

Penguatan norma juga dapat

melibatkan penerapan prinsip tanggung jawab platform terhadap afiliator, terutama dalam konteks perlindungan data pribadi, pelaporan aktivitas kampanye, dan hak atas informasi. Platform tidak hanya berfungsi sebagai fasilitator, tetapi juga harus bertanggung jawab secara etis dan hukum terhadap semua mitra yang bergantung pada ekosistem mereka.

Setelah norma hukum diperkuat, perhatian selanjutnya perlu diberikan pada penguatan mekanisme penyelesaian sengketa. Sebab, meskipun regulasi diperbaiki, tanpa sistem penyelesaian yang efektif, afiliator tetap akan kesulitan mencari keadilan.

Mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif merupakan fondasi utama bagi perlindungan hukum yang berfungsi. Saat ini, banyak afiliator yang menghadapi kendala ketika hendak menyampaikan pengaduan, baik karena sistem pengaduan internal platform yang tidak transparan, maupun karena proses litigasi yang mahal dan kompleks. Hal ini mengakibatkan banyak pelanggaran yang tidak terselesaikan.

Penyelesaian sengketa secara non-litigasi seperti mediasi online, arbitrase berbasis platform, atau pengawasan oleh otoritas independen perlu dikembangkan. Pemerintah bisa membentuk lembaga penyelesaian sengketa digital yang mengakomodasi keluhan afiliator dan dapat bekerja secara cepat, murah, dan adil. Keterlibatan asosiasi profesi atau lembaga perlindungan konsumen juga dapat mendorong proses yang lebih partisipatif.

Salah satu strategi konkret ialah mewajibkan platform menyediakan fitur pelaporan dan mediasi langsung dalam dashboard afiliator. Hal ini

memberikan ruang formal dan mudah diakses bagi afiliator untuk menyampaikan keluhan, termasuk atas pemotongan komisi, penangguhan akun, atau pengakhiran sepihak. Kejelasan prosedur dan jangka waktu penyelesaian juga perlu diatur dalam kebijakan yang mengikat.

Penguatan sistem sengketa akan berjalan efektif apabila didukung oleh komitmen pemerintah dan platform dalam menciptakan ekosistem digital yang adil. Pemerintah memiliki peran sentral sebagai regulator, fasilitator, dan pengawas dalam menjamin perlindungan hukum bagi afiliator. Sebagai regulator, pemerintah perlu menetapkan standar perlindungan minimum yang wajib diikuti oleh platform e-commerce, termasuk transparansi kontrak, akuntabilitas algoritma, dan jaminan penyelesaian sengketa. Tanpa regulasi yang memadai, posisi afiliator akan tetap terpinggirkan.

Sebagai fasilitator, pemerintah dapat menginisiasi forum konsultasi antara platform dan afiliator untuk mendiskusikan standar kemitraan yang berkeadilan. Pemerintah juga perlu menyediakan sarana pelaporan dan edukasi hukum yang dapat diakses luas, termasuk bagi afiliator kecil di daerah. Ini penting agar keadilan tidak hanya menjadi hak de jure, tetapi juga de facto.

Di sisi lain, platform sebagai pelaku usaha juga harus bertanggung jawab sosial dan hukum terhadap afiliator. Transparansi skema afiliasi, pemberitahuan perubahan syarat, serta perlakuan non-diskriminatif merupakan kewajiban moral sekaligus hukum yang harus dijalankan. Platform yang tidak menyediakan mekanisme perlindungan semacam ini berisiko mencederai kepercayaan publik dan

menimbulkan konflik hukum di kemudian hari.

Dengan sinergi antara pemerintah dan pelaku industri, maka formulasi kebijakan perlindungan afiliator dapat menjadi lebih efektif dan berkelanjutan. Selanjutnya, dalam bab berikutnya akan dianalisis bagaimana ketimpangan yang terjadi dalam praktik mempengaruhi asas keadilan dan kepastian hukum, serta opsi-opsi pembaruan sistem hukum yang lebih adil.

E. PENUTUP

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk perjanjian afiliasi dalam platform e-commerce di Indonesia belum memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi afiliator, khususnya terkait hak atas komisi dan mekanisme penyelesaian sengketa. Perjanjian dibuat secara sepihak oleh platform dengan klausul baku yang tidak dapat dinegosiasikan, sehingga menempatkan afiliator dalam posisi yang lemah secara hukum. Ketentuan mengenai komisi sering kali tidak transparan, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia tidak bersifat independen maupun efektif, karena sepenuhnya dikelola oleh pihak platform tanpa pengawasan eksternal.
2. Perumusan kebijakan yang dapat memperkuat perlindungan hukum bagi afiliator di Indonesia perlu dilakukan secara normatif dan implementatif. Secara normatif, diperlukan regulasi khusus yang mengatur hubungan hukum antara afiliator dan platform, termasuk standar minimal isi perjanjian, pengakuan status hukum afiliator,

serta jaminan hak-haknya. Secara implementatif, dibutuhkan sistem pengawasan dan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil, transparan, dan mudah diakses. Kolaborasi antara pemerintah, platform, dan pemangku kepentingan lain juga penting untuk menciptakan ekosistem afiliasi yang adil, berkelanjutan, dan akuntabel.

Adapun saran yang dapat disampaikan antara lain:

1. Pemerintah perlu segera menyusun regulasi khusus atau merevisi regulasi yang ada untuk secara eksplisit mengatur skema afiliasi dalam ekosistem e-commerce, termasuk perlindungan hak afiliator.
2. Platform e-commerce perlu menyediakan perjanjian yang transparan, adil, dan mudah dipahami oleh afiliator, terutama dalam hal perhitungan komisi, pembatalan kerja sama, dan penyelesaian sengketa.
3. Perlu dibentuk mekanisme penyelesaian sengketa yang independen dan berbasis digital agar afiliator memiliki akses keadilan tanpa tergantung pada kebijakan sepihak dari platform.
4. Literasi hukum digital bagi afiliator harus ditingkatkan melalui program edukasi terpadu yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan masyarakat sipil untuk memperkuat posisi tawar afiliator dalam ekosistem digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amajihono, Kosmas Dohu. "Kekuatan Hukum Kontrak Elektronik." *JURNAL PANAHA KEADILAN* 1, no. 2 (August 25, 2022): 128–39.
- Ambarita, Lenny Mutiara. "Analisis Yuridis Analisa Kontrak Dalam Transaksi Bisnis Dari Perspektif Hukum Perdata." *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 3, no. 2 (2018).
<https://doi.org/10.57094/jpk.v1i2.458>.
- Artanti, Dyah Ayu, and Men Wih Widiatno. "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 Ayat 1 UU ITE Ditinjau Dari Hukum Perdata Di Indonesia." *ICA of Law* 1, no. 1 (2020).
- Dewi, Ni Putu Aprilia, Faizatul Fajariah, and I Made Suardana. "Pengaruh Content Marketing Dan Electronic of Mouth Pada Platform TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee." *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 4 (2023).
<https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>.
- Doly, Denico. "Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku (Strengthening Consumer Protection Efforts in Indonesia with Relevant Clause of Standard)." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (August 4, 2016): 41–58.
<https://doi.org/10.22212/JNH.V3I1.223>.
- Laely, Syirtu Fil, and Muh Iman. "Tanggung Gugat Penyedia Layanan Terhadap Afiliator Terkait Wanprestasi Dalam Perjanjian Afiliasi (Studi Kasus Afiliator Shopee Id: 11377610190)." *Indonesian Journal of Law and Justice* 1, no. 2 (December 15, 2023): 17–17.
<https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i2.2037>.
- Mahara Saputri, Dea. "Kepastian Terhadap Perlindungan Hukum Atas Perjanjian Elektronik Pada E-Commerce." *Pamulang Law Review* 5, no. 2 (November 11, 2022): 159.
<https://doi.org/10.32493/palrev.v5i2.25521>.
- Mahliza, Febrina. "CONSUMER TRUST IN ONLINE PURCHASE DECISION." *EPRA International Journal of*

- Multidisciplinary Research (IJMR)*, 2020.
<https://doi.org/10.36713/epra4022>.
- Navisa, Fitria Dewi, Firda Qotrunnada, and Ahmad Bastomi. *Konsep Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian*. Thalibul Ilmi Publishing & Education, 2023.
- Nurlani, Meirina. "ALTERNATIF PENYELESAIAN SENGKETA DALAM SENGKETA BISNIS DI INDONESIA." *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan* 3, no. 1 (2022).
<https://doi.org/10.32502/khdk.v3i1.4519>.
- Permatasari, Angelica Dinda Regina. "Perlindungan hukum terhadap Afiliator atas pembayaran komisi Shopee Affiliates menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Hukum Islam." Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023.
<http://etheses.uin-malang.ac.id/52419/>.
- Permatasari, B. K., H. N. Widhiyanti, and Y. E. Widyanti. "Validity of Digital Agreements and the Legal Relations of the Parties in Affiliate Marketing." *Юридичний Часопис Національної Академії Внутрішніх Справ* 15, no. 1 (March 1, 2025): 59–71.
<https://doi.org/10.56215/naia-chasopis/1.2025.59>.
- Prayuti, Yuyut. "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia." *Jurnal Interpretasi Hukum* 5, no. 1 (January 2024): 903–13.
<https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.
- Puluhulawa, Jufryanto, Lisnawaty W. Badu, and Vifi Swarianata. "Discourse on Affiliate Marketing Platform Trading/Investment from Indonesian Legal Perspective." *KnE Social Sciences*, October 4, 2022, 138–47.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i15.12084>.
- Purborini, Vivi Sylvia. "Legal Analysis of the Parties' Partnership Agreement in the TikTok Affiliate Program." *The International Journal of Politics and Sociology Research* 10, no. 4 (March 31, 2023): 142–248.
<https://doi.org/10.35335/ijopsor.v10i4.90>.
- Putri, Bella Septiko. "Perlindungan hukum terhadap afiliasi pada E-Commerce Shopee." bachelor Thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72273>.
- Qotrunnada, Firda. "KEDUDUKAN HUKUM JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT HUKUM PERJANJIAN." *Dinamika* 29, no. 1 (February 4, 2023): 6942–57.
- Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (June 22, 2022): 24–37.
<https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.
- Sari, Ikka Puspita. "KEABSAHAN PERJANJIAN KONTRAK ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TINJAU DARI HUKUM PERDATA." *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2023).
<https://doi.org/10.47776/alwasath.v3i2.613>.
- Sukma, Enjel Halia, Fika Amalia, Haykal Ikram Arya Ranggana, Putri Pania Septiani, Rachel Dito Albani, and Farahdinny Siswatjanthy. "PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA PLATFORM E-COMMERCE DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI INDONESIA." *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan* 2, no. 2 (January 10, 2024): 81–90.
<https://doi.org/10.3783/causa.v2i2.1878>.
- "Survei APJII 2023: Mayoritas Masyarakat Tidak Pernah Menjaga Keamanan Data - GoodStats Data." Accessed

May 28, 2025.

<https://data.goodstats.id/statistic/survei-apjii-2023-mayoritas-masyarakat-tidak-pernah-menjaga-keamanan-data-dRPs>.

“TikTok - Make Your Day.” Accessed May 29, 2025.

https://www.tiktok.com/@/video/7296799276682808581?_r=1&_d=secCgYIASAHKAESPgo8kw%2FQrQFgvavWSAt6Y5Oy8Q7Mt%2FdtXoPhYYa0enSSgIvSanI9iLcuiafyEb4Md70tFGGxhjHzvlf9wUIWGgA%3D&u_code=dhk3848jkcecd2&share_item_id=7296799276682808581×tamp=1732190174&utm_campaign=client_share&utm_source=short_fallback&share_app_id=1233.