

# **TINJAUAN HUKUM TERHADAP PENERAPAN ASAS ITIKAD BAIK DAN KESEIMBANGAN DALAM PERJANJIAN BAKU DIGITAL PROGRAM KEANGGOTAAN MEREK PADA PLATFORM E- COMMERCE SHOPEE**

**Oleh**  
**Debby Sharonly Thomas**  
**Nim. 2205040151**

## **Abstrak**

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong penggunaan perjanjian baku digital sebagai instrumen utama dalam transaksi pada *platform e-commerce*. Praktik tersebut menimbulkan persoalan hukum karena sebagian klausula disusun secara sepihak oleh penyedia *platform* sehingga berpotensi mengabaikan asas itikad baik dan asas keseimbangan dalam hukum perjanjian. Kajian ini bermaksud guna menganalisis penerapan asas itikad baik dan keseimbangan dalam perjanjian baku digital program keanggotaan merek pada *platform e-commerce* Shopee serta menilai kesesuaiannya dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia. Kajian ini menerapkan metode yuridis normatif melalui pendekatan regulasi (*statute approach*) serta pendekatan konsep (*conceptual approach*). Pengumpulan data dijalankan dengan menelaah berbagai literatur hukum yang mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, kemudian diolah menerapkan analisis kualitatif dengan teknik deskriptif-analitis. Perolehan kajian ini mengindikasikan bahwasanya beberapa ketentuan dalam perjanjian baku digital program keanggotaan merek Shopee masih mencerminkan adanya ketidakseimbangan kedudukan para pihak khususnya terkait kewenangan *platform* untuk melakukan perubahan syarat dan ketentuan, pembatasan tanggung jawab, serta pengambilan keputusan secara sepihak. Kondisi tersebut berpotensi berlawanan dengan asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata serta prinsip keseimbangan dan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, diperlukan penyusunan klausula baku yang lebih transparan, proporsional, serta berorientasi pada perlindungan hak para pihak guna mewujudkan kepastian hukum, keadilan, serta perlindungan hukum dalam penyelenggaraan transaksi elektronik.

**Kata kunci:** Perjanjian baku digital, asas itikad baik, asas keseimbangan, perlindungan konsumen, *e-commerce*.

# LEGAL REVIEW OF THE IMPLEMENTATION OF GOOD FAITH AND BALANCE PRINCIPLES IN THE STANDARD AGREEMENT FOR SHOPEE'S BRAND MEMBERSHIP PROGRAM

By  
Debby Sharonly Thomas  
Nim. 2205040151

## *Abstract*

*The rapid development of the digital economy has encouraged the widespread use of digital standard contracts as the primary legal instrument governing transactions on e-commerce platforms. However, such contracts often raise legal issues because their clauses are unilaterally drafted by platform providers, potentially disregarding the principles of good faith and contractual balance in the brand membership program's digital standard agreement on the Shopee e-commerce platform and to assess its conformity with the prevailing laws and regulations in Indonesia. This study applies a normative juridical approach through statutory and conceptual analysis. The research data were obtained from literature studies consisting of primary, secondary, and tertiary legal sources, which were examined qualitatively using a descriptive-analytical technique. The results reveal that certain clauses within Shopee's digital standard agreement for its brand membership program demonstrate an unequal contractual relationship, particularly regarding the platform's unilateral power to modify provisions, restrict responsibility, and determine decisions independently. These conditions may contradict the good faith principle under Article 1338 paragraph (3) of the Indonesian Civil Code, as well as the principles of contractual equilibrium and consumer protection established in Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. Accordingly, digital standard contract provisions need to be designed with greater transparency, fairness, and proportionality to strengthen legal certainty and provide adequate protection for parties involved in electronic transactions.*

**Keywords:** *Digital standard contract, good faith principle, balance principle, consumer protection, e-commerce.*