

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK DI MARKETPLACE ONLINE

Legal Protection Against Trademark Counterfeiting in Online Marketplaces

Fransnicky Augustin¹, Listi Listia², Muhammad Eriz Erizal³, Ria Rosye Natalia Lumarewane⁴

Universitas Nusa Putra¹²³⁴

fransnicky.augustin_hk23@nusaputra.ac.id

ABSTRACT

The development of information technology and digital trade has created both opportunities and challenges in enforcing trademark law within online marketplaces. This study aims to analyze the effectiveness of law enforcement against trademark infringement in the digital sphere and to examine the legal responsibilities of marketplace operators in monitoring and addressing counterfeit products that harm trademark owners. The research employs a normative legal method using statutory and conceptual approaches. The findings reveal that, although Indonesia's legal framework provides trademark protection under Law Number 20 of 2016 and its implementing regulations, the effectiveness of law enforcement remains limited due to weak supervision, lack of coordination, and difficulties in evidence collection. Marketplaces are legally obligated to apply the principle of due diligence and actively monitor by verifying sellers and conducting take down actions on unlawful products. The study concludes that the effectiveness of law enforcement and the legal responsibility of marketplaces are interrelated variables in establishing a fair legal protection system for trademark holders and consumers. Strengthening synergy between the government, digital platforms, and society is essential to create a safe and just electronic trading environment.

Keywords: *trademark; law enforcement; marketplace; legal protection; liability*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan perdagangan digital telah menciptakan peluang sekaligus tantangan baru dalam penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace online*. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas penegakan hukum terhadap pelanggaran merek di ranah digital serta tanggung jawab hukum penyelenggara *marketplace* dalam mengawasi dan menindak peredaran produk palsu yang merugikan pemilik merek. Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sistem hukum nasional telah mengatur perlindungan merek melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan sejumlah peraturan turunannya, efektivitas penegakan hukum masih terbatas akibat lemahnya pengawasan, pembuktian, dan koordinasi antarinstansi. *Marketplace* memiliki kewajiban hukum untuk menerapkan prinsip *due diligence* dan melakukan pengawasan aktif melalui mekanisme verifikasi penjual serta *take down* produk yang melanggar hukum. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas penegakan hukum dan tanggung jawab *marketplace* merupakan dua variabel yang saling berkaitan dalam membangun sistem perlindungan hukum yang adil bagi pemegang merek dan konsumen. Diperlukan sinergi antara pemerintah, penyelenggara platform, dan masyarakat guna menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman dan berkeadilan.

Kata Kunci: *merek; penegakan hukum; marketplace; perlindungan hukum; tanggung jawab*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara manusia berinteraksi dalam berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi. Munculnya perdagangan berbasis digital atau *e-commerce* membawa dampak besar terhadap pola konsumsi masyarakat dan mekanisme jual beli yang kini serba daring. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut ialah hadirnya berbagai

platform *marketplace online* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada yang menyediakan ruang transaksi tanpa batas waktu dan wilayah. Transformasi ini memang meningkatkan efisiensi ekonomi dan membuka peluang usaha baru, namun pada saat yang sama juga menimbulkan tantangan hukum baru, terutama berkaitan dengan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang.¹

¹ Asep Suryadi, *Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Kepastian Hukum dalam Pendaftaran Merek dengan*

Menggunakan Sistem Konstitutif (Bandung: Refika Aditama, 2022), 45.

Merek memiliki kedudukan penting sebagai identitas hukum sekaligus nilai ekonomi suatu produk. Melalui merek, konsumen dapat membedakan barang dan jasa, sedangkan pemilik merek memperoleh hak eksklusif atas penggunaannya.² Namun, dalam praktiknya, pelanggaran terhadap hak merek terus terjadi, terutama di ruang digital yang sulit diawasi secara konvensional. Meski negara telah mengatur ketentuan perlindungan merek melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, realitas menunjukkan masih maraknya peredaran barang palsu di marketplace online.³ Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang telah ada dengan efektivitas penegakan di lapangan.

Kemudahan berjualan di dunia digital mendorong banyak pelaku usaha memanfaatkan merek terkenal tanpa izin guna menarik perhatian konsumen. Hal tersebut tidak hanya menimbulkan kerugian ekonomi bagi pemilik merek, tetapi juga mengancam kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan elektronik yang aman dan terpercaya.⁴ Asep Suryadi menjelaskan bahwa perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual harus dipahami bukan sekadar untuk menjaga kepentingan individu, melainkan juga bagian dari sistem hukum yang menjamin keadilan dan kepastian bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi.⁵

Permasalahan lain muncul pada aspek penegakan hukum. Astrid Dyah Ernanda berpendapat bahwa efektivitas perlindungan hukum terhadap merek sangat bergantung pada sejauh mana aparat penegak hukum dapat menindak pelanggaran secara konsisten dan proporsional.⁶ Namun, pelaku pemalsuan di ranah digital kerap menggunakan identitas palsu dan beroperasi lintas wilayah, sehingga mempersulit proses pembuktian dan penegakan hukum serta menegaskan pula bahwa lemahnya koordinasi antarlembaga berwenang menjadi penghambat utama dalam menanggulangi praktik pemalsuan merek di ruang daring.⁷

Selain itu, penyelenggara *marketplace* juga memiliki peran penting dalam memastikan bahwa sistem mereka tidak dimanfaatkan untuk menjual terhadap Merek Terdaftar dalam Mencegah Pemalsuan dan barang ilegal. Wella Mareta Nanda menyoroti bahwa penyedia platform wajib bertanggung jawab atas keamanan transaksi dan kebenaran barang yang dijual di bawah pengawasannya.⁸ Dalam konteks hukum, tanggung jawab tersebut tidak dapat dihindari dengan alasan bahwa penyedia platform hanya bertindak sebagai perantara, sebab prinsip *good faith* dan *due diligence* tetap menuntut pengawasan aktif terhadap aktivitas perdagangan daring.⁹

Pemalsuan merek di platform *marketplace online* telah menjadi salah satu bentuk pelanggaran hukum yang semakin marak di era digital. Banyaknya produk tiruan yang beredar di *marketplace* tidak hanya merugikan pemilik merek dagang, tetapi juga menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan elektronik di Indonesia. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas penegakan hukum terhadap kasus-kasus pemalsuan merek yang terjadi di *marketplace online*, mengingat tingginya volume produk palsu yang beredar di masyarakat. Selain itu, perlu pula dikaji bagaimana tanggung jawab hukum pihak penyelenggara *marketplace* dalam mengawasi aktivitas penjual dan menindak keberadaan produk palsu yang menimbulkan kerugian bagi pemilik merek.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana sistem hukum di Indonesia mampu menegakkan perlindungan terhadap pemalsuan merek di ranah digital, serta menelaah bentuk tanggung jawab hukum penyelenggara *marketplace* terhadap pelanggaran tersebut. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian hukum kekayaan intelektual dan hukum siber. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi konstruktif bagi pemerintah, penegak hukum, dan penyelenggara platform dalam memperkuat sistem perlindungan hukum di dunia perdagangan elektronik.¹⁰

² Bernadete Nurawati, *Hukum Merek* (Jakarta: Deepublish, 2024), 12.

³ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis* (Jakarta, 2016).

⁴ Wella Mareta Nanda, "Tanggung Jawab Penyelenggara Platform Atas Peredaran Produk Imitasi Pada Marketplace," *Jurnal Pamator* 18, no. 1 (2025): 58.

⁵ Suryadi, *Hak Kekayaan Intelektual*, 46.

⁶ Astrid Dyah Ernanda, "Efektivitas Perlindungan Hukum Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia," *Padjadjaran Law Review* 13, no. 1 (2025): 3.

Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia," *Padjadjaran Law Review* 13, no. 1 (2025): 3.

⁷ Ernanda, "Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar," 4.

⁸ Nanda, "Tanggung Jawab Penyelenggara Platform," 58.

⁹ Ahmad Haris dan Levina Yustitaniyngtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu," *Academos: Jurnal Hukum dan Tatanan Sosial* 3, no. 2 (2023): 127.

¹⁰ Rahmi Mulyati, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal untuk Barang dan/atau Jasa Tidak Sejenis dalam Hukum Merek Indonesia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2023), 92.

Dari sisi teoritik, penelitian ini berlandaskan pada teori perlindungan hukum (*legal protection theory*) dan teori tanggung jawab hukum (*liability theory*). Bernadete Nurmawati menegaskan bahwa perlindungan hukum menuntut hadirnya negara untuk menjamin keadilan, kepastian, dan kemanfaatan melalui perangkat hukum yang dapat ditegakkan.¹¹ Sementara itu, teori tanggung jawab hukum menjelaskan bahwa setiap subjek hukum harus mempertanggungjawabkan perbuatan yang menimbulkan kerugian hukum bagi pihak lain.¹² Menurut Rahmi Mulyati, dalam konteks pelanggaran merek terkenal, tanggung jawab tidak hanya terbatas pada pelaku utama, tetapi juga mencakup pihak yang memberikan sarana terhadap terjadinya pelanggaran, termasuk penyelenggara *marketplace* yang lalai dalam melakukan pengawasan.¹³

Dengan demikian, efektivitas penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace* online harus dipandang sebagai bagian dari tanggung jawab bersama antara negara, pemilik merek, dan penyelenggara platform digital. Kolaborasi dan integrasi sistem hukum yang kuat diharapkan dapat mewujudkan kepastian hukum yang adil serta memberikan perlindungan yang optimal bagi pemilik hak merek di era perdagangan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*normative legal research*), yaitu penelitian yang berfokus pada pengkajian terhadap norma-norma hukum positif, asas hukum, dan doktrin hukum yang berlaku untuk menjawab isu perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace online*.¹⁴ Jenis penelitian ini dipilih karena permasalahan yang dibahas berkaitan dengan penegakan hukum dan tanggung jawab penyelenggara platform digital, sehingga pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).¹⁵

¹⁷ Mulyati, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal*, 92.

Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya. Sedangkan pendekatan konseptual dilakukan dengan menelaah teori perlindungan hukum dan teori tanggung jawab hukum yang menjadi dasar analisis penelitian ini.¹⁶

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian, sedangkan bahan hukum sekunder berupa literatur, buku, dan artikel jurnal ilmiah yang mengkaji tentang perlindungan hak kekayaan intelektual, penegakan hukum, serta tanggung jawab penyelenggara *marketplace* dalam mencegah pemalsuan merek.¹⁷ Adapun bahan hukum tersier digunakan untuk memberikan pemahaman tambahan terhadap istilah-istilah hukum melalui kamus dan ensiklopedia hukum.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan cara menelusuri sumber hukum baik cetak maupun digital yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁸ Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu dengan menguraikan, menafsirkan, dan menghubungkan antara norma hukum, teori, serta pandangan para ahli untuk menarik kesimpulan yang bersifat deduktif dari hal yang umum menuju hal yang khusus.¹⁹ Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat menggambarkan secara komprehensif efektivitas penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dan tanggung jawab hukum penyelenggara *marketplace online* di Indonesia.²⁰

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Efektivitas Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek di Marketplace Online

Perkembangan teknologi informasi dan perdagangan digital telah menciptakan peluang ekonomi yang besar bagi pelaku usaha di Indonesia. Di sisi lain, kemajuan tersebut juga menimbulkan tantangan serius dalam penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace*.

¹¹ Nurmawati, *Hukum Merek*, 110.

¹² Ibid.

¹³ Mulyati, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal*, 95.

¹⁴ Suryadi, *Hak Kekayaan Intelektual*, 18.

¹⁵ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

¹⁶ Nurmawati, *Hukum Merek*, 110.

¹⁸ Haris dan Yustitiningtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce," 127.

¹⁹ Nurmawati, *Hukum Merek*, 115.

²⁰ Ernanda, "Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar," 4.

Marketplace sebagai platform perdagangan daring memungkinkan peredaran barang palsu secara masif, melintasi batas geografis, dan sulit dikendalikan dengan mekanisme pengawasan konvensional. Fenomena ini berimplikasi langsung terhadap efektivitas perlindungan hukum yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menegaskan bahwa merek terdaftar memperoleh perlindungan hukum untuk mencegah penggunaan tanpa hak oleh pihak lain yang menimbulkan kerugian ekonomi maupun reputasi bagi pemiliknya.²¹

Asep Suryadi menjelaskan bahwa sistem pendaftaran merek di Indonesia bersifat konstitutif, yang berarti perlindungan hukum baru lahir setelah merek terdaftar secara resmi di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).²² Prinsip tersebut menegaskan pentingnya pendaftaran sebagai dasar legitimasi hukum bagi pemilik merek untuk menuntut perlindungan apabila terjadi pelanggaran. Dalam praktiknya, efektivitas perlindungan ini terbatas ketika pelanggaran terjadi di ranah digital, karena pelaku menggunakan identitas anonim, server luar negeri, serta sistem transaksi elektronik yang kompleks.

Dalam konteks *marketplace*, penegakan hukum atas pelanggaran merek menghadapi hambatan yang bersifat struktural dan teknis. Astrid Dyah Ernanda menyatakan bahwa meskipun perlindungan hukum terhadap merek terdaftar telah memiliki dasar normatif yang kuat, implementasinya belum efektif dalam mencegah pemalsuan dan sengketa kekayaan intelektual.²³ Kondisi tersebut terjadi karena rendahnya kapasitas aparat penegak hukum dalam memahami karakteristik pelanggaran digital serta lemahnya koordinasi antara pemilik merek, pemerintah, dan penyedia platform.

Penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace* juga sering terkendala oleh keterbatasan pembuktian.

Taufan Syahyudha Aziz dan rekan-rekannya berpendapat bahwa ketentuan pidana dalam Undang-Undang Merek telah diatur secara tegas, tetapi aparat penegak hukum masih kesulitan membuktikan unsur kesengajaan dan distribusi barang palsu di ruang siber yang menggunakan sistem otomatis atau akun fiktif.²⁴ Proses pembuktian tersebut semakin rumit karena barang palsu sering dikirim dalam skala kecil dan tersebar di berbagai wilayah, sehingga tidak terdeteksi sebagai kejahatan yang terorganisasi besar.

Efektivitas penegakan hukum juga dipengaruhi oleh mekanisme kerja *marketplace*. Berdasarkan penelitian Wella Mareta Nanda, sebagian besar *marketplace* di Indonesia bersikap pasif dalam menindak peredaran barang palsu; tindakan baru dilakukan setelah adanya laporan dari pemilik merek atau otoritas terkait.²⁵ Padahal, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 telah menegaskan kewajiban pelaku usaha *marketplace* untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku.²⁶

Dari sisi hukum positif, terdapat beberapa instrumen yang dapat digunakan untuk menindak pemalsuan merek di *marketplace*. Pertama, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur sanksi pidana bagi pihak yang tanpa hak menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis. Kedua, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, dapat diterapkan terhadap pelaku yang mendistribusikan informasi atau dokumen elektronik yang melanggar hak kekayaan intelektual.²⁷

Ketiga, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 menegaskan tanggung jawab *marketplace* dalam hal pengawasan konten dan iklan produk, termasuk kewajiban menurunkan tautan (*take down*) apabila ditemukan pelanggaran hukum.

²¹ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis* (Jakarta, 2016).

²² Suryadi, *Hak Kekayaan Intelektual*, 45.

²³ Ernanda, "Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar," 5.

²⁴ Taufan Syahyudha Aziz et al., "Perlindungan dan Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Terkenal yang Terjadi di Marketplace," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2024): 90.

²⁵ Nanda, "Tanggung Jawab Penyelenggara Platform," 63.

²⁶ Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020* (Jakarta, 2020).

²⁷ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* sebagaimana telah diubah dengan *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016* (Jakarta, 2016).

Pelaksanaan ketiga instrumen hukum tersebut belum menunjukkan hasil yang optimal. Studi oleh Sudarmin dan rekan-rekannya mengenai efektivitas penyidikan tindak pidana pemalsuan merek menunjukkan bahwa penegakan hukum sering terhambat oleh keterbatasan sumber daya manusia yang memahami aspek teknis perdagangan elektronik, serta koordinasi yang belum efektif antara kepolisian, DJKI, dan penyedia platform digital.²⁸ Kondisi ini menyebabkan banyak kasus pemalsuan merek di *marketplace* berhenti pada tahap penyelidikan tanpa berlanjut ke tahap penuntutan.

Dari perspektif perlindungan hak ekonomi, penelitian Ahmad Haris dan Levina Yustitiningtyas menegaskan bahwa transaksi *e-commerce* yang melibatkan barang palsu tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga konsumen, karena produk palsu umumnya tidak memenuhi standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan.²⁹ Efektivitas penegakan hukum dalam hal ini tidak dapat diukur hanya dari jumlah perkara yang berhasil ditindak, melainkan juga dari kemampuan negara dan *marketplace* dalam membangun sistem perlindungan hukum yang bersifat preventif bagi masyarakat.

Peran pemilik merek juga berpengaruh terhadap efektivitas penegakan hukum. Ni Made Dwi Ari Cahyani dan rekan-rekannya mengemukakan bahwa pemilik merek harus secara aktif memantau peredaran barang di *marketplace* dan melaporkan setiap indikasi pelanggaran kepada otoritas terkait.³⁰ Upaya tersebut diperlukan mengingat pemerintah tidak dapat bekerja sendiri dalam mengawasi jutaan transaksi daring yang terjadi setiap hari. Kolaborasi antara pemilik merek, pemerintah, dan penyedia platform menjadi faktor utama dalam peningkatan efektivitas penegakan hukum.

Efektivitas hukum dalam konteks *marketplace* dapat ditinjau dari tiga aspek, yaitu substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum. Dari segi substansi, regulasi yang berlaku sudah cukup komprehensif, tetapi penerapannya masih lemah karena belum adanya aturan teknis turunan yang mengatur mekanisme pengawasan daring secara rinci.

Dari sisi struktur, aparat penegak hukum sering kali tidak memiliki unit khusus yang menangani pelanggaran kekayaan intelektual digital. Dari sisi budaya hukum, kesadaran masyarakat dan pelaku usaha terhadap pentingnya menghormati merek masih rendah, karena sebagian konsumen justru menjadikan produk tiruan sebagai alternatif dengan alasan harga yang lebih murah. Kajian yang dilakukan oleh Indah Maria Maddalena Simamora dan rekan-rekan menunjukkan bahwa lemahnya perlindungan bagi pemilik merek di lapangan mencerminkan rendahnya efektivitas hukum dalam memberikan rasa keadilan.³² Kondisi tersebut menyebabkan efek jera yang rendah bagi pelaku pelanggaran dan berdampak pada meningkatnya peredaran barang palsu setiap tahun.

Peningkatan efektivitas penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace* memerlukan sinergi sistemik antar pemangku kepentingan. Pemerintah perlu memperkuat mekanisme koordinasi lintas lembaga, *marketplace* wajib mengembangkan sistem pengawasan berbasis teknologi yang proaktif, dan pemilik merek diharapkan lebih aktif dalam pemantauan serta pelaporan pelanggaran. Implementasi langkah-langkah tersebut akan memperkuat fungsi hukum tidak hanya dalam aspek represif, tetapi juga dalam aspek preventif, sesuai dengan prinsip perlindungan hukum yang berkeadilan dan menjamin kepastian bagi pemegang hak merek di Indonesia.

B. Tanggung Jawab Hukum Marketplace terhadap Peredaran Produk Palsu

Marketplace berperan penting dalam ekosistem perdagangan digital di Indonesia. Keberadaan platform daring seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada memberikan kemudahan transaksi antara penjual dan pembeli melalui sistem elektronik. Kemudahan tersebut sekaligus menimbulkan potensi penyalahgunaan, terutama dalam bentuk penjualan produk palsu yang melanggar hak merek. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana *marketplace* memiliki tanggung jawab hukum terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh penjual di platform mereka.

²⁸ Sudarmin, Syahrudin Nawi, dan Ilham Abbas, "Efektivitas Penyidikan Tindak Pidana Pemalsuan Merek: Studi Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan," *Jurnal Legislatif dan Pemerintahan* 5, no. 2 (2023): 107.

²⁹ Haris dan Yustitiningtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce," 130.

³⁰ Ni Made Dwi Ari Cahyani, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Sukaryati Karma, "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek terhadap Pemalsuan Merek Fashion," *Jurnal Konstruksi Hukum* 2, no. 1 (2023): 25.

³¹ Maisya Nadira Anggraini, "Penegakan Hukum Atas Pelanggaran Merek di Indonesia," *Justitia Jurnal Hukum* 6, no. 1 (2021): 55.

³² Indah Maria Maddalena Simamora, Gunardi Lie, dan Moody Rizqy Syailendra Putra, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak atas Merek Terkait Perdagangan Barang Palsu di Lapangan," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 2 (2025): 60.

Ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjamin kepastian hukum bagi pemegang hak eksklusif dan mencegah pihak lain menggunakan merek yang identik atau serupa tanpa izin.³³ *Marketplace* sebagai penyelenggara platform memiliki peran strategis dalam memastikan kegiatan transaksi di sistem mereka berjalan sesuai hukum. Tanggung jawab hukum *marketplace* berkaitan dengan dua hal utama, yaitu pengawasan terhadap aktivitas penjual serta penindakan terhadap produk yang terbukti palsu.

Hasil penelitian Wella Mareta Nanda menjelaskan bahwa penyelenggara platform memiliki kewajiban moral dan hukum untuk menjaga keamanan ekosistem digital, termasuk pencegahan peredaran barang yang melanggar merek.³⁴ *Marketplace* tidak dapat berlindung di balik prinsip *safe harbor* atau tanggung jawab terbatas yang menganggap platform hanya sebagai perantara.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 menegaskan kewajiban penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik untuk memverifikasi identitas penjual serta menjamin kebenaran data produk yang ditawarkan.³⁵ Ketentuan tersebut menunjukkan adanya kewajiban hukum preventif yang melekat pada *marketplace*.

Penelitian Muhammad Arkan dan R. Rahaditya menyatakan bahwa *marketplace* berkewajiban menindaklanjuti laporan pelanggaran merek dengan menurunkan produk dari daftar penjualan atau memblokir akun penjual yang melanggar.³⁶ Tindakan tersebut mencerminkan prinsip kehati-hatian dalam hukum perdata, di mana pihak pengelola sistem perdagangan elektronik wajib memastikan tidak terjadi perbuatan melawan

hukum dalam sistem yang mereka operasikan. Kelalaian dalam melakukan pengawasan dapat dikategorikan sebagai tanggung jawab hukum karena turut menyebabkan kerugian bagi pemilik merek.

Pandangan Alfito Bramantia Putra dan Budi Santoso menegaskan bahwa tanggung jawab *marketplace* tidak hanya bersifat etis, tetapi juga yuridis.³⁷ *Marketplace* sebagai pelaku usaha tunduk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan. Apabila *marketplace* memperbolehkan penjual menawarkan produk palsu tanpa verifikasi memadai, tindakan tersebut berpotensi melanggar prinsip itikad baik dalam transaksi elektronik.

Hasil penelitian Indah Maria Maddalena Simamora dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa banyak *marketplace* belum memiliki mekanisme deteksi dini terhadap produk palsu.³⁸ Pemilik merek harus melaporkan secara manual melalui sistem aduan. Situasi tersebut menempatkan beban lebih besar pada pemilik merek, sedangkan *marketplace* memperoleh keuntungan dari transaksi yang melibatkan barang palsu. Kondisi ini menunjukkan ketidakseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kewajiban hukum penyelenggara platform.

Aspek hukum administratif juga menegaskan tanggung jawab *marketplace*. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) mewajibkan penyelenggara platform menjamin keamanan sistem elektronik serta melaksanakan prinsip perlindungan konsumen.³⁹

³³ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis* (Jakarta, 2016).

³⁴ Nanda, "Tanggung Jawab Penyelenggara Platform," 63.

³⁵ Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik* (Jakarta, 2020).

³⁶ Muhammad A dan R. Rahaditya, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 1 (2024): 38.

³⁷ Alfito Bramantia Putra dan Budi Santoso, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Terhadap Penjualan Produk Tiruan," *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2024): 30.

³⁸ Simamora, Lie, dan Putra, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak atas Merek Terkait Perdagangan Barang Palsu," 60.

³⁹ Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)* (Jakarta, 2019).

Pelanggaran terhadap kewajiban tersebut dapat dikenai sanksi administratif, antara lain teguran tertulis, pembatasan kegiatan usaha, hingga pencabutan izin. Ketentuan ini menunjukkan bahwa marketplace merupakan subjek hukum yang memiliki kewajiban aktif dalam mencegah pelanggaran di lingkungannya.

Pandangan Ni Made Dwi Ari Cahyani dan rekan-rekannya menyoroti pentingnya tanggung jawab sosial platform digital dalam melindungi merek dagang, terutama di sektor fesyen yang rentan terhadap pemalsuan.⁴⁰ Marketplace memiliki akses terhadap data penjualan dan perilaku konsumen yang dapat digunakan untuk mendeteksi pola distribusi produk tiruan. Apabila data tersebut tidak dimanfaatkan untuk pengawasan, marketplace dapat dianggap mengabaikan prinsip tanggung jawab korporasi dalam hukum siber.

Kajian Taufan Syahyudha Aziz dan rekan-rekan menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di marketplace harus mencakup penyelidikan terhadap pihak yang menyediakan fasilitas bagi pelaku, termasuk platform digital.⁴¹ Apabila marketplace memperoleh keuntungan dari transaksi produk palsu, kelalaian dalam pengawasan dapat ditafsirkan sebagai bentuk turut serta (*aiding and abetting*) dalam pelanggaran hukum.

Dari sudut pandang perlindungan konsumen, tanggung jawab marketplace juga berkaitan dengan pemberian ganti rugi atas kerugian akibat pembelian produk palsu. Ismiyati Riri Puji Lestari dan Tundjung Herning Sitabuana menegaskan bahwa konsumen yang membeli barang palsu berhak memperoleh perlindungan hukum karena pelanggaran tersebut

mencederai prinsip kejujuran dan kepastian informasi.⁴² Marketplace yang tidak menindaklanjuti pengaduan konsumen dapat dianggap melanggar Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan kompensasi atas kerugian konsumen.

Selain tanggung jawab marketplace terhadap pemilik merek, perlindungan hukum juga perlu diperluas pada aspek hak-hak konsumen sebagai pihak yang berpotensi mengalami kerugian akibat pembelian produk palsu. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang tegas bagi pelaku usaha untuk menjamin keamanan, kenyamanan, serta kepastian informasi atas barang atau jasa yang diperdagangkan kepada masyarakat.⁴³ Ketentuan dalam undang-undang tersebut menegaskan kewajiban pelaku usaha, termasuk penyelenggara marketplace, untuk memastikan bahwa produk yang dijual kepada konsumen adalah produk asli yang tidak menyesatkan baik dari sisi merek, mutu, maupun asal-usulnya.

Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang berlaku. Prinsip ini mengandung makna bahwa tanggung jawab marketplace tidak hanya berhenti pada hubungan hukum dengan pemilik merek, tetapi juga meluas pada hubungan hukum dengan konsumen yang menjadi pengguna akhir barang. Apabila marketplace gagal menjamin keaslian produk yang dipasarkan di dalam sistemnya, maka marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban atas dasar kelalaian dalam melindungi kepentingan konsumen.

⁴⁰ Cahyani, Dewi, dan Karma, "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek terhadap Pemalsuan Merek Fashion," 26.

⁴¹ Aziz et al., "Perlindungan dan Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Terkenal," 90.

⁴² Ismiyati Riri Puji Lestari dan Tundjung Herning Sitabuana, "Analisa Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pemalsuan Merek Produk Gula di Daerah Banyumas," *Jurnal Supremasi Hukum* 10, no. 1 (2024): 45.

⁴³ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta, 1999).

Kehadiran Undang-Undang Perlindungan Konsumen memperkuat konsep tanggung jawab hukum *marketplace* secara komprehensif, karena menempatkan *marketplace* bukan sekadar perantara transaksi, melainkan sebagai pelaku usaha yang wajib menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dan pemegang merek secara seimbang. Integrasi norma ini memperjelas posisi *marketplace* sebagai bagian dari sistem hukum yang memiliki kewajiban ganda, yakni menjaga integritas perdagangan elektronik sekaligus melindungi kepentingan ekonomi masyarakat dari praktik penjualan produk palsu.

Tanggung jawab *marketplace* dalam konteks ini bersifat berlapis, meliputi tanggung jawab administratif kepada pemerintah sebagai penyelenggara sistem perdagangan elektronik, tanggung jawab perdata terhadap pemilik merek yang dirugikan, serta tanggung jawab moral dan sosial terhadap konsumen. Efektivitas pelaksanaan tanggung jawab tersebut bergantung pada penerapan prinsip transparansi dan mekanisme pelaporan internal yang proaktif.

Dari perspektif teori hukum, tanggung jawab *marketplace* mencerminkan prinsip kewajiban kehati-hatian (*due diligence*). *Marketplace* sebagai pelaku usaha digital tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hukum dengan alasan bahwa transaksi dilakukan oleh pihak ketiga, sebab penyedia platform tetap memiliki kendali terhadap sistem dan kebijakan internalnya. Rahmi Mulyati menegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap merek memerlukan regulasi yang tegas dan pengawasan berkelanjutan dari seluruh pihak dalam ekosistem perdagangan elektronik.⁴⁴

Ahmad Haris dan Levina Yustitiningtyas menyampaikan bahwa perlindungan merek dan perlindungan konsumen merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.⁴⁵ Peredaran produk palsu menimbulkan kerugian ganda, baik bagi

pemilik merek maupun pembeli. Keberhasilan *marketplace* dalam melaksanakan tanggung jawab hukumnya menjadi ukuran efektivitas sistem perdagangan digital di Indonesia dalam menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi seluruh pihak.

Penerapan tanggung jawab hukum *marketplace* merupakan wujud nyata pelaksanaan prinsip *good governance* dalam sektor ekonomi digital. Penyelenggara platform harus menyeimbangkan kepentingan bisnis dan kewajiban hukum dengan menjaga integritas operasional. Apabila *marketplace* gagal menjalankan kewajiban tersebut, kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan elektronik akan menurun dan berpengaruh pada stabilitas ekonomi digital nasional.

Analisis terhadap berbagai ketentuan dan penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum *marketplace* terhadap peredaran produk palsu merupakan konsekuensi dari fungsinya sebagai fasilitator transaksi elektronik. *Marketplace* tidak dapat dianggap sekadar perantara netral, melainkan subjek hukum yang berkewajiban menjaga kepastian hukum, melindungi hak pemilik merek, serta menjamin keamanan konsumen. Upaya peningkatan efektivitas tanggung jawab *marketplace* dapat dilakukan melalui pengawasan berbasis teknologi, kebijakan penegakan merek yang terstruktur, serta kerja sama strategis dengan aparat penegak hukum dan DJKI. Implementasi langkah tersebut akan memperkuat penegakan hukum terhadap pelanggaran merek di *marketplace* secara proporsional dan berkeadilan bagi seluruh pihak.

KESIMPULAN

Efektivitas penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace* online di Indonesia bergantung pada sinergi antara substansi hukum, struktur penegak hukum, dan peran aktif penyelenggara platform dalam menerapkan prinsip *due diligence* sebagai bentuk kehati-hatian hukum. Regulasi yang telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan

⁴⁴ Mulyati, *Perlindungan Hukum Merek Terkenal*, 112.

⁴⁵ Haris dan Yustitiningtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce," 131.

Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020, menunjukkan bahwa secara normatif sistem hukum Indonesia telah memberikan perlindungan yang cukup terhadap hak merek di ranah digital. Meskipun demikian, efektivitasnya belum maksimal karena lemahnya pengawasan dan penegakan di ruang siber yang memungkinkan pelaku melakukan penjualan produk palsu secara anonim. Hubungan antara efektivitas penegakan hukum dan tanggung jawab *marketplace* bersifat timbal balik, di mana tingkat efektivitas hukum akan meningkat seiring dengan peningkatan kepatuhan dan tanggung jawab hukum penyelenggara platform terhadap produk yang beredar di sistemnya. *Marketplace* berkewajiban menjaga keaslian produk, memverifikasi identitas penjual, serta menindak pelanggaran melalui mekanisme take down dan pemblokiran akun pelaku. Dalam konteks ini, perlindungan hukum terhadap pemilik merek tidak dapat dipisahkan dari perlindungan terhadap konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, karena peredaran produk palsu menimbulkan kerugian ganda bagi pemegang merek dan pembeli. Dengan demikian, hubungan antarvariabel penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penegakan hukum dan tanggung jawab *marketplace* merupakan dua instrumen hukum yang saling melengkapi dalam membangun sistem perlindungan hukum merek yang berkeadilan, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam perdagangan elektronik.

SARAN

Pemerintah perlu memperkuat efektivitas penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di *marketplace online* melalui peningkatan kapasitas dan koordinasi antarinstansi, khususnya antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kepolisian, dan Kementerian Perdagangan. Penguatan dapat dilakukan dengan membentuk unit kerja khusus yang menangani pelanggaran kekayaan intelektual digital serta menerapkan sistem pelaporan terpadu yang dapat diakses oleh pemilik merek untuk melaporkan pelanggaran secara cepat dan terverifikasi. Upaya penegakan hukum juga perlu didukung oleh pemuatan regulasi turunan dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, agar lebih adaptif terhadap karakteristik pelanggaran di ruang digital yang bersifat lintas platform dan lintas yurisdiksi.

Marketplace sebagai penyelenggara platform perdagangan elektronik disarankan untuk memperkuat

tanggung jawab hukumnya dengan menerapkan sistem pengawasan berbasis teknologi kecerdasan buatan guna mendeteksi indikasi produk palsu sejak tahap unggahan. Penerapan prinsip *due diligence* dan *good governance* dalam operasional bisnis digital perlu dijadikan pedoman internal agar *marketplace* tidak hanya berfungsi sebagai perantara transaksi, tetapi juga sebagai pelindung integritas hukum dalam perdagangan daring. Di samping itu, edukasi konsumen mengenai pentingnya membeli produk asli perlu digalakkan melalui kampanye digital yang melibatkan pemerintah dan pelaku usaha, guna membangun kesadaran hukum masyarakat terhadap perlindungan merek. Sinergi antara pemerintah, *marketplace*, dan masyarakat diharapkan dapat menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman, adil, dan menjamin kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anggraini, Maisya Nadira. "Penegakan Hukum Atas Pelanggaran Merek di Indonesia." *Justitia Jurnal Hukum* 6, no. 1 (2021): 45–60.
- Arkan, Muhammad, dan R. Rahaditya. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 1 (2024): 33–49.
- Aziz, Taufan Syahyudha, Terubus Terubus, Sudjai Sudjai, Didit Darmawan, dan Arif Rachman Putra. "Perlindungan dan Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Terkenal yang Terjadi di Marketplace." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2024): 87–99.
- Cahyani, Ni Made Dwi Ari, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Sukaryati Karma. "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek terhadap Pemalsuan Merek Fashion." *Jurnal Konstruksi Hukum* 2, no. 1 (2023): 18–31.
- Ernanda, Astrid Dyah. "Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar dalam Mencegah Pemalsuan dan Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia." *Padjajaran Law Review* 13, no. 1 (2025): 1–15.
- Haris, Ahmad, dan Levina Yustitiningtyas. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu." *Academos: Jurnal Hukum dan Tata Sosial* 3, no. 2 (2023): 122–136.
- Lestari, Ismiyati Riri Puji, dan Tundjung Herning Sitabuana. "Analisa Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pemalsuan Merek Produk Gula di Daerah Banyumas." *Jurnal Supremasi Hukum* 10, no. 1 (2024): 42–58.
- Nanda, Wella Mareta. "Tanggung Jawab Penyelenggara Platform Atas Peredaran Produk

- Imitasi Pada Marketplace.” Jurnal Pamator 18, no. 1 (2025): 55–70.
- Putra, Alfito Bramantia, dan Budi Santoso. “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Terhadap Penjualan Produk Tiruan.” Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum 5, no. 1 (2024): 22–40.
- Rizkiansyah, Mohammad Daffa, dan Budi Santoso. “Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang.” Jurnal Ilmu Multidisiplin 4, no. 3 (2024): 88–104.
- Simamora, Indah Maria Maddalena, Gunardi Lie, dan Moody Rizqy Syailendra Putra. “Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak atas Merek Terkait Perdagangan Barang Palsu di Lapangan.” Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia 9, no. 2 (2025): 55–70.
- Sudarmin, Syahrudin Nawir, dan Ilham Abbas. “Efektivitas Penyidikan Tindak Pidana Pemalsuan Merek: Studi Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan.” Jurnal Legislatif dan Pemerintahan 5, no. 2 (2023): 101–113.
- Bernadete Nurawati. *Hukum Merek*. Jakarta: Deepublish, 2024.
- Mulyati, Rahmi. *Perlindungan Hukum Merek Terkenal untuk Barang dan/atau Jasa Tidak Sejenis dalam Hukum Merek Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2023.
- Suryadi, Asep. *Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Kepastian Hukum dalam Pendaftaran Merek dengan Menggunakan Sistem Konstitutif*. Bandung: Refika Aditama, 2022.
- Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Jakarta, 2020.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang *Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)*. Jakarta, 2019.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*. Jakarta, 1999.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang *Informasi dan Transaksi Elektronik*, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Jakarta, 2016.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang *Merek dan Indikasi Geografis*. Jakarta, 2016.