

Analisis Yuridis Tanggung Jawab Platform *Marketplace* terhadap Peredaran Barang Palsu di Indonesia

Lingga Bagus Prakoso¹, Aturkian Laia²

Ilmu Hukum, Hukum, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Jakarta Timur, Indonesia¹

Ilmu Hukum, Hukum, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Jakarta Timur, Indonesia²

*Email Korespondensi: linggaprakoso32@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 10-07-2026
Disetujui 15-07-2026
Diterbitkan 17-07-2026

ABSTRACT

The rapid growth of electronic commerce in Indonesia has increased the circulation of counterfeit goods on marketplace platforms, causing losses to consumers and trademark owners. This study analyzes the legal status of marketplace platforms, their liability, legal protection for consumers and trademark owners, and the effectiveness of existing regulations. The research employs a normative legal method using statutory, conceptual, and case approaches based on the Consumer Protection Law, the Trademark and Geographical Indications Law, the Electronic Information and Transactions Law, and Government Regulation Number 80 of 2019. The findings show that marketplace platforms act as intermediary service providers and electronic commerce operators with active legal obligations. The safe harbor principle does not apply when platforms knowingly fail to implement adequate notice-and-takedown measures. However, regulatory effectiveness remains limited due to weak duty of care standards, inadequate seller verification, and poor institutional coordination. Stronger regulations and harmonized consumer and trademark protection are therefore essential.

Keywords: legal liability; marketplace platform; counterfeit goods; consumer protection; trademark rights.

ABSTRAK

Pertumbuhan perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia meningkatkan peredaran barang palsu di *marketplace* yang merugikan konsumen dan pemegang hak merek. Penelitian ini bertujuan menganalisis kedudukan hukum *platform marketplace*, tanggung jawab hukumnya, perlindungan hukum bagi konsumen dan pemegang hak merek, serta efektivitas pengaturannya. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketplace* berkedudukan sebagai penyelenggara perantara sekaligus penyelenggara perdagangan elektronik yang memiliki kewajiban hukum aktif. Prinsip *safe harbor* tidak berlaku apabila platform mengetahui adanya pelanggaran tetapi tidak melakukan *notice and takedown*. Efektivitas pengaturan masih terkendala lemahnya standar *duty of care*, mekanisme verifikasi penjual, dan koordinasi pengawasan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi serta harmonisasi perlindungan konsumen dan hak merek.

Katakunci: tanggung jawab hukum; platform marketplace; barang palsu; perlindungan konsumen; hak merek.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola perdagangan barang dan jasa di Indonesia secara fundamental. Data pertumbuhan ekonomi digital yang terus meningkat setiap tahun menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Fenomena ini tidak terlepas dari peran sentral *marketplace* sebagai wadah pertemuan antara penjual (*merchant*) dan pembeli secara daring, yang menawarkan efisiensi transaksi, jangkauan pasar yang luas, serta kemudahan akses bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Marketplace pada hakikatnya merupakan Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 (selanjutnya disebut UU ITE), yang berfungsi mempertemukan penawaran dan permintaan secara elektronik.

Di balik manfaat ekonomi tersebut, kemudahan bertransaksi secara daring justru menjadi celah bagi maraknya peredaran barang palsu (*counterfeit goods*), yaitu barang yang meniru merek, desain, atau kemasan produk asli tanpa izin dari pemegang hak, dengan tujuan mengecoh konsumen seolah-olah barang tersebut asli. Praktik ini merugikan konsumen karena tidak memperoleh produk sesuai dengan kualitas dan jaminan yang seharusnya, sekaligus merugikan pemegang hak merek karena terjadi pelanggaran hak eksklusif serta penurunan reputasi dan nilai ekonomi merek. Studi hukumonline mencatat bahwa persoalan barang palsu di *marketplace* menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana penyelenggara *marketplace* dapat dimintai pertanggungjawaban, mengingat marketplace pada dasarnya adalah penyelenggara sistem elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli, bukan pihak yang secara langsung memproduksi atau menjual barang tersebut.

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks karena hukum positif Indonesia belum memberikan definisi dan batasan tanggung jawab yang tegas terhadap kedudukan *marketplace* di antara dua kutub: sebagai penyelenggara sarana perantara yang bersifat pasif (*mere conduit*), atau sebagai pelaku usaha yang aktif dan karenanya harus tunduk pada rezim tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Ketidakjelasan batas tanggung jawab ini berimplikasi pada lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen dan pemegang hak kekayaan intelektual, sekaligus menciptakan ketidakpastian hukum bagi penyelenggara *marketplace* itu sendiri. Kondisi ini diperparah oleh karakteristik transaksi elektronik yang lintas batas (*borderless*), anonim, dan masif, sehingga pengawasan terhadap keaslian produk menjadi tantangan tersendiri bagi otoritas maupun penyelenggara platform.

Berdasarkan uraian tersebut, dibutuhkan kajian yuridis normatif yang komprehensif untuk menganalisis kedudukan hukum platform *marketplace*, bentuk tanggung jawabnya atas peredaran barang palsu, serta efektivitas pengaturan hukum yang ada saat ini dalam mencegah dan menanggulangi persoalan tersebut.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji isu tanggung jawab hukum *marketplace* dari berbagai sudut pandang. Winarsih dan Oktaviarni (2021) mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan melalui *marketplace* di Indonesia dengan fokus pada aspek keabsahan kontrak elektronik dan hak-hak dasar konsumen. Kansil (2020) menganalisis mekanisme pengawasan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) terhadap fenomena barang palsu di platform *marketplace*, dengan menekankan lemahnya instrumen pengawasan preventif. Nanda (2022) dalam kajiannya di Jurnal Pamator menyoroti bahwa maraknya produk imitasi di *marketplace* didorong oleh orientasi gaya hidup bermerek dengan daya beli yang rendah, sehingga permintaan terhadap barang tiruan terus meningkat. Asrofi (2022)

dalam penelitian tesisnya di Universitas Gadjah Mada menyimpulkan bahwa penyelenggara *marketplace* tidak secara mutlak terbebas dari tanggung jawab atas kerugian pembeli sekalipun kesalahan berada pada pedagang, namun tanggung jawab tersebut dibatasi pada pertanggungjawaban perdata berupa pengembalian dana.

Penelitian yang lebih mutakhir dilakukan oleh Sitepu, Manurung, Zulkifli, dan Noord (2024) yang menegaskan bahwa penyedia platform *marketplace* memiliki tanggung jawab hukum untuk memastikan produk yang dijual adalah asli dan sesuai deskripsi, serta wajib patuh terhadap UUPK dan peraturan terkait perlindungan hak kekayaan intelektual. Aditya (2023) mengonfirmasi bahwa penyedia platform tidak dapat sepenuhnya lepas tangan dan memiliki tanggung jawab hukum yang bersifat preventif untuk memverifikasi entitas penjual serta menyediakan mekanisme ganti rugi yang efektif, meskipun efektivitas pengawasannya masih menghadapi kendala sinkronisasi antara kebijakan internal platform dan regulasi nasional. Penelitian terbaru oleh Amaliya, Rahmawati, dan Prasetyo (2025) menegaskan bahwa *marketplace* tidak semata berkedudukan sebagai perantara, melainkan juga sebagai pelaku usaha dan penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban pengawasan, sehingga dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti lalai dan menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Penelitian-penelitian terdahulu sebagaimana diuraikan di atas umumnya masih terfragmentasi ke dalam dua pendekatan yang berdiri sendiri: pertama, kajian yang berfokus pada perspektif perlindungan konsumen semata (Winarsih & Oktaviarni, 2021; Asrofi, 2022); kedua, kajian yang berfokus pada aspek pengawasan administratif tanpa menyentuh secara mendalam interseksinya dengan rezim hak kekayaan intelektual (Kansil, 2020; Nanda, 2022). Sebagian penelitian yang membahas tanggung jawab platform (Sitepu et al., 2024; Aditya, 2023; Amaliya et al., 2025) juga belum secara spesifik mengaitkan analisisnya dengan doktrin *safe harbor* dan prinsip *notice and takedown* yang lazim digunakan dalam hukum kekayaan intelektual internasional, serta belum mengintegrasikan pembahasan mengenai efektivitas norma pasca perubahan UU ITE melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada tiga aspek. *Pertama*, penelitian ini mengintegrasikan dua rezim hukum yang selama ini dibahas secara terpisah, yaitu rezim perlindungan konsumen dan rezim hak kekayaan intelektual (Merek dan Indikasi Geografis), untuk menganalisis tanggung jawab platform secara komprehensif dan lintas sektor. *Kedua*, penelitian ini menerapkan doktrin *safe harbor* dan mekanisme *notice and takedown* sebagai pisau analisis normatif untuk menentukan batas tanggung jawab platform, sebuah kerangka analitis yang belum banyak digunakan secara eksplisit dalam literatur hukum Indonesia terkait isu ini. *Ketiga*, penelitian ini mengevaluasi efektivitas regulasi pasca-pemutakhiran kerangka hukum siber nasional, sehingga memberikan pembacaan yang lebih kontekstual terhadap kondisi hukum terkini.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga permasalahan utama, yaitu bagaimana pengaturan hukum mengenai tanggung jawab *platform marketplace* terhadap peredaran barang palsu di Indonesia, bagaimana bentuk tanggung jawab hukum yang dapat dibebankan kepada *platform marketplace* atas kerugian yang dialami konsumen dan pemegang hak merek akibat peredaran barang palsu, serta sejauh mana efektivitas pengaturan hukum yang berlaku dalam mencegah dan menanggulangi peredaran barang palsu melalui *platform marketplace*. Sejalan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan dan pengaturan hukum tanggung jawab *platform marketplace* dalam sistem perdagangan elektronik di Indonesia, mengidentifikasi serta menganalisis bentuk-bentuk tanggung jawab hukum yang dapat dibebankan kepada *platform marketplace* atas kerugian yang dialami konsumen dan pemegang hak merek akibat peredaran barang palsu, serta mengevaluasi efektivitas pengaturan hukum dan mekanisme pengawasan yang berlaku dalam mencegah

dan menanggulangi peredaran barang palsu pada *platform marketplace* di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif (*normative legal research*), yaitu penelitian yang mengkaji hukum sebagai norma tertulis (*law in books*) dengan menelaah asas-asas hukum, sinkronisasi peraturan perundang-undangan, dan konsistensi norma dalam mengatur tanggung jawab platform *marketplace* terhadap peredaran barang palsu. Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan sekaligus, yaitu: pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk menelaah seluruh regulasi yang relevan mulai dari tingkat undang-undang hingga peraturan pelaksana; pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk menganalisis konsep tanggung jawab hukum, *intermediary liability*, dan prinsip *safe harbor* dalam konteks perdagangan elektronik; serta pendekatan kasus (*case approach*) yang digunakan secara terbatas untuk mengilustrasikan penerapan norma pada praktik penanganan sengketa barang palsu di *marketplace*.

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas tiga jenis. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024; Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya ketentuan mengenai perbuatan melawan hukum dan wanprestasi. Bahan hukum sekunder meliputi buku-buku hukum, jurnal ilmiah hukum, hasil penelitian, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia hukum yang digunakan untuk memperjelas istilah teknis.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelusuri peraturan perundang-undangan, jurnal, dan dokumen hukum terkait. Analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan metode deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari norma hukum yang bersifat umum untuk menjawab permasalahan hukum yang bersifat khusus, dipadukan dengan teknik interpretasi sistematis dan interpretasi teleologis guna menggali maksud dan tujuan pembentukan norma yang berkaitan dengan tanggung jawab platform *marketplace*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kedudukan Hukum Platform Marketplace dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Kedudukan hukum platform *marketplace* dalam sistem hukum Indonesia bersifat multidimensional dan tidak dapat direduksi menjadi satu kategori tunggal. Secara normatif, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) mengategorikan *marketplace* sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), yaitu Pelaku Usaha penyedia sarana Komunikasi Elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan. PP PMSE juga mengenal kategori Penyelenggara Sarana Perantara (*intermediary services*), yaitu pelaku usaha dalam negeri atau luar

negeri yang menyediakan sarana komunikasi elektronik yang hanya berfungsi sebagai perantara antara pengirim dan penerima. Ketentuan ini secara implisit membuka ruang argumentasi bahwa *marketplace* dapat memosisikan diri sebagai perantara pasif yang tidak turut campur dalam substansi transaksi.

Namun demikian, penempatan *marketplace* semata sebagai *intermediary* yang pasif tidak sepenuhnya sesuai dengan realitas operasional platform-platform besar di Indonesia. Dalam praktiknya, *marketplace* menjalankan fungsi yang jauh melampaui sekadar penyedia sarana komunikasi elektronik: platform menetapkan syarat dan ketentuan bagi pedagang (*merchant*), mengelola sistem pembayaran melalui *escrow*, menentukan algoritma penayangan produk, memberikan label “toko resmi” atau sejenisnya sebagai bentuk kurasi, hingga menjalankan program promosi dan logistik terintegrasi. Fungsi-fungsi tersebut menunjukkan keterlibatan aktif platform dalam pembentukan pasar, bukan sekadar penyediaan fasilitas teknis. Hal ini sejalan dengan Pasal 20 PP PMSE yang menempatkan kewajiban tertentu kepada PPMSE terhadap Pedagang yang menggunakan sarannya, sekaligus Pasal 15 dan bab tersendiri mengenai kewajiban Pelaku Usaha PMSE dalam melindungi konsumen, mulai dari penawaran elektronik, periklanan, kontrak elektronik, hingga pengiriman barang.

Dengan demikian, secara yuridis dapat dikonstruksikan bahwa kedudukan hukum *marketplace* bersifat ganda (*dual legal position*): di satu sisi berfungsi sebagai *intermediary* yang menjembatani penjual dan pembeli, namun di sisi lain berfungsi sebagai pelaku usaha yang menjalankan sebagian kewenangan pengaturan pasar (*market governance function*) atas ekosistem transaksi yang diciptakannya. Konstruksi ganda ini konsisten dengan pandangan Amaliya, Rahmawati, dan Prasetyo (2025) yang menyimpulkan bahwa *marketplace* tidak hanya berkedudukan sebagai perantara, melainkan juga sebagai pelaku usaha dan penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban pengawasan. Implikasi dari konstruksi ini adalah bahwa doktrin *safe harbor*—yang pada prinsipnya membebaskan perantara pasif dari tanggung jawab atas konten atau transaksi pihak ketiga sepanjang perantara tidak mengetahui pelanggaran—tidak dapat diterapkan secara mutlak kepada *marketplace* di Indonesia. *Safe harbor* semestinya hanya berlaku sepanjang platform benar-benar bersikap pasif, dan akan gugur ketika platform memiliki pengetahuan aktual atau konstruktif (*actual or constructive knowledge*) atas pelanggaran namun tidak mengambil tindakan yang memadai.

Kedudukan ganda tersebut juga relevan dikaitkan dengan status *marketplace* sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik sebagaimana diatur dalam UU ITE dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yang mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk mengelola sistemnya secara andal dan bertanggung jawab. Kewajiban ini tidak hanya bersifat teknis-administratif, tetapi juga mengandung dimensi tanggung jawab substantif atas konten dan transaksi yang difasilitasi oleh sistemnya, khususnya ketika platform memiliki kapasitas teknologi untuk melakukan deteksi dan penyaringan (*filtering*) terhadap produk yang berpotensi melanggar hak pihak ketiga.

B. Bentuk Peredaran Barang Palsu di Marketplace dan Dampaknya

Peredaran barang palsu di *marketplace* dapat diidentifikasi dalam beberapa bentuk. *Pertama*, penjualan produk tiruan yang secara terang-terangan meniru merek dagang terkenal dengan kualitas jauh di bawah produk asli, namun dijual dengan menggunakan foto dan deskripsi produk asli sehingga menyesatkan konsumen. *Kedua*, penjualan produk “kw” atau *replica* yang dipasarkan secara terbuka dengan pengakuan bahwa produk tersebut bukan asli, namun tetap menggunakan elemen merek terdaftar tanpa izin, sehingga tetap memenuhi unsur pelanggaran merek meskipun konsumen mengetahui

keasliannya. *Ketiga*, praktik *counterfeit* yang lebih canggih berupa produk tiruan berkualitas tinggi yang secara fisik hampir tidak dapat dibedakan dari produk asli, sering kali disertai kemasan, hologram, atau nomor seri palsu yang meniru mekanisme autentikasi resmi produsen. *Keempat*, penjualan produk yang tidak memenuhi standar keamanan atau tidak terdaftar pada otoritas berwenang (misalnya produk kosmetik tanpa izin edar Badan Pengawas Obat dan Makanan), yang meskipun berbeda dari pemalsuan merek murni, kerap terjadi berbarengan dengan praktik pemalsuan dalam ekosistem yang sama.

Dampak peredaran barang palsu bersifat multidimensi. Bagi konsumen, dampak yang timbul meliputi kerugian materiil karena membayar harga tertentu namun menerima barang dengan kualitas dan nilai yang tidak sepadan, kerugian atas risiko keselamatan dan kesehatan (khususnya untuk produk elektronik, kosmetik, obat-obatan, dan alat kesehatan palsu), serta kerugian immateriil berupa hilangnya kepercayaan terhadap ekosistem belanja daring. Pasal 4 UUPK menegaskan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Peredaran barang palsu secara langsung berbenturan dengan hak-hak dasar tersebut karena konsumen tidak memperoleh informasi yang akurat mengenai keaslian produk yang dibelinya.

Bagi pemegang hak merek, dampak yang ditimbulkan mencakup kerugian ekonomi langsung akibat hilangnya pangsa pasar dan pendapatan yang semestinya diperoleh dari penjualan produk asli, kerugian reputasi akibat asosiasi negatif yang timbul ketika konsumen mengasosiasikan kualitas buruk produk palsu dengan merek asli, serta pelemahan (*dilution*) terhadap nilai eksklusivitas dan *distinctiveness* merek yang telah dibangun melalui investasi jangka panjang. Dari perspektif hukum merek, praktik ini secara langsung melanggar hak eksklusif pemegang merek terdaftar sebagaimana dijamin dalam Pasal 1 angka 5 juncto Pasal 35 dan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri mereknya atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, sekaligus hak untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek yang sama pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa sejenis tanpa persetujuan.

Dari perspektif yang lebih makro, peredaran barang palsu di *marketplace* juga menimbulkan dampak sistemik terhadap iklim usaha dan investasi. Ketidakmampuan sistem hukum mencegah peredaran barang palsu secara efektif berpotensi menurunkan kepercayaan investor dan pemegang merek internasional terhadap ekosistem digital Indonesia, sekaligus merugikan pelaku UMKM yang menjual produk asli namun harus bersaing secara tidak sehat dengan produk tiruan yang dijual dengan harga jauh lebih murah karena tidak menanggung biaya riset, pengembangan, dan lisensi merek.

C. Analisis Yuridis Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu

Analisis mengenai tanggung jawab hukum platform *marketplace* atas peredaran barang palsu perlu dibedah melalui tiga rezim tanggung jawab yang berpotensi berlaku secara kumulatif, yaitu tanggung jawab perdata, tanggung jawab administratif, dan dalam batas tertentu keterlibatan pada ranah pidana.

1) Tanggung Jawab Perdata.

Dasar tanggung jawab perdata platform dapat ditelusuri melalui dua jalur hukum: perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dan tanggung jawab kontraktual berdasarkan syarat dan ketentuan (*terms of service*) yang mengikat platform dengan pengguna. Berdasarkan doktrin perbuatan melawan hukum, tanggung jawab platform akan timbul apabila memenuhi unsur adanya

perbuatan (termasuk pembiaran/*omission*), kesalahan (kesengajaan atau kelalaian), kerugian, hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian, serta pelanggaran terhadap hukum, kepatutan, atau kehati-hatian yang seharusnya dijalankan dalam pergaulan masyarakat. Unsur kelalaian menjadi kunci dalam konteks ini: apabila platform telah menerima laporan (*notice*) mengenai produk palsu namun tidak segera menindaklanjutinya dengan penurunan konten (*takedown*) atau tindakan represif lain yang wajar, maka pembiaran tersebut dapat dikategorikan sebagai kelalaian yang menimbulkan tanggung jawab perdata.

Konstruksi ini konsisten dengan hasil penelitian Aditya (2023) yang menegaskan bahwa penyedia platform tidak dapat sepenuhnya lepas tangan dan memiliki tanggung jawab hukum yang bersifat preventif untuk memverifikasi entitas penjual serta menyediakan mekanisme ganti rugi yang efektif. Namun demikian, tanggung jawab preventif tersebut memiliki batas yang wajar (*reasonableness standard*): platform tidak dapat dibebani kewajiban mutlak untuk menjamin keaslian setiap produk yang dijual oleh jutaan pedagang pihak ketiga, mengingat karakteristik teknis dan skala transaksi *marketplace* yang masif. Batas kewajaran ini semestinya diukur dari sejauh mana platform telah menyediakan mekanisme verifikasi penjual, mekanisme pelaporan pelanggaran yang mudah diakses, serta kecepatan responsnya dalam menindaklanjuti laporan yang diterima.

Selain perbuatan melawan hukum, tanggung jawab kontraktual muncul dari relasi hukum antara platform dan pengguna (baik konsumen maupun pedagang) yang dituangkan dalam syarat dan ketentuan penggunaan layanan. PP PMSE mewajibkan Pelaku Usaha untuk menyediakan Kontrak Elektronik yang dapat diunduh dan disimpan oleh konsumen, serta menegaskan bahwa kerugian akibat kesalahan teknis sistem elektronik yang tidak aman dan tidak andal menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha sepenuhnya. Ketentuan ini secara analogis dapat diperluas maknanya: apabila kerugian konsumen timbul bukan semata dari kesalahan teknis sistem, melainkan dari kegagalan sistem kurasi dan pengawasan yang seharusnya disediakan platform untuk mencegah peredaran barang palsu, maka tanggung jawab tersebut tetap dapat dibebankan kepada Pelaku Usaha PMSE berdasarkan asas itikad baik dan kehati-hatian yang menjadi prinsip dasar penyelenggaraan PMSE.

2) Tanggung Jawab Administratif

Dimensi tanggung jawab administratif bersumber dari kewajiban PPMSE untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap Pedagang yang menggunakan sarannya, sebagaimana diatur dalam PP PMSE juncto Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Regulasi tersebut mewajibkan PPMSE untuk melakukan verifikasi data pelaku usaha, menyediakan mekanisme pengaduan konsumen, serta menurunkan (*takedown*) produk yang telah dinyatakan melanggar ketentuan perundang-undangan berdasarkan laporan dari otoritas berwenang. Pelanggaran terhadap kewajiban tersebut membuka ruang bagi Kementerian Perdagangan untuk mengenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis, pencantuman dalam daftar prioritas pengawasan, pembekuan sementara, hingga pemblokiran akses sebagaimana ditegaskan pula dalam ketentuan mengenai daftar prioritas pengawasan yang bersifat terbuka bagi publik.

Skema sanksi administratif ini pada dasarnya berfungsi sebagai instrumen *ex post* yang mendorong kepatuhan platform, namun belum cukup memadai sebagai instrumen pencegahan (*ex ante*) karena sifatnya reaktif baru bergerak setelah pelanggaran dilaporkan dan diverifikasi oleh

otoritas. Hal ini berbeda dengan kebutuhan riil di lapangan, di mana skala dan kecepatan peredaran barang palsu jauh melampaui kapasitas verifikasi manual otoritas pengawas.

3) Keterlibatan pada Ranah Pidana

Dalam konteks tertentu, keterlibatan platform pada ranah pidana dapat dipertimbangkan berdasarkan Pasal 100 UU MIG yang mengatur ancaman pidana bagi setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, serta Pasal 8 ayat (1) UUPK yang melarang pelaku usaha memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan. Namun demikian, penerapan ketentuan pidana terhadap platform *marketplace* itu sendiri (bukan terhadap pedagang yang menjual barang palsu) memerlukan pembuktian yang ketat mengenai unsur kesengajaan (*mens rea*) serta keterlibatan aktif platform dalam tindak pidana tersebut, sehingga dalam praktiknya jarang diterapkan terhadap penyelenggara platform, melainkan lebih banyak ditujukan kepada pedagang (*merchant*) selaku pelaku utama.

Secara keseluruhan, ketiga rezim tanggung jawab tersebut menunjukkan bahwa hukum Indonesia sesungguhnya telah menyediakan instrumen normatif yang cukup untuk membebaskan tanggung jawab kepada platform *marketplace*, namun instrumen tersebut tersebar di berbagai peraturan perundang-undangan yang tidak saling terintegrasi secara eksplisit, sehingga penerapannya dalam praktik masih memerlukan penafsiran sistematis dan kontekstual sebagaimana diuraikan di atas.

D. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dan Pemegang Hak Merek

Perlindungan hukum bagi konsumen atas peredaran barang palsu di *marketplace* dapat dianalisis dari dua dimensi: perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui kewajiban informasi yang jelas dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, kewajiban penyediaan Kontrak Elektronik yang dapat diunduh, serta kewajiban penyediaan masa tenggang penukaran/pembatalan pembelian selama paling sedikit dua hari kerja setelah barang diterima sebagaimana diatur dalam PP PMSE. Perlindungan represif diwujudkan melalui hak konsumen mengajukan gugatan ganti rugi berdasarkan Pasal 19 UUPK, hak melaporkan kerugian kepada Menteri yang menyelenggarakan urusan perdagangan sebagaimana diatur dalam PP PMSE, serta hak menempuh penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur pengadilan.

Sementara itu, perlindungan hukum bagi pemegang hak merek diwujudkan melalui dua jalur utama. *Pertama*, jalur perdata melalui gugatan ganti rugi dan/atau penghentian penggunaan merek yang melanggar sebagaimana diatur dalam Pasal 83 UU MIG, yang dapat diajukan pemilik merek terdaftar kepada Pengadilan Niaga terhadap pihak yang menggunakan merek secara tanpa hak. *Kedua*, jalur administratif melalui mekanisme pengaduan kepada platform *marketplace* itu sendiri, yang lazimnya menyediakan kanal pelaporan pelanggaran kekayaan intelektual (*intellectual property complaint/takedown mechanism*) sebagai bagian dari kebijakan internal platform. Efektivitas jalur kedua ini sangat bergantung pada itikad baik dan kecepatan respons platform, mengingat belum terdapat regulasi yang secara eksplisit menetapkan standar waktu maksimal penanganan laporan pelanggaran merek di *marketplace* Indonesia—berbeda dengan pengaturan yang lebih rinci di beberapa yurisdiksi lain yang telah mengadopsi kerangka *notice and takedown* secara komprehensif dalam undang-undang tersendiri.

Ketimpangan perlindungan ini menjadi salah satu titik lemah yang paling signifikan. Pemegang

hak merek pada praktiknya lebih banyak mengandalkan kebijakan privat platform (*private ordering*) dibandingkan mekanisme hukum publik yang terstandardisasi, sehingga tingkat perlindungan yang diperoleh sangat bervariasi tergantung pada kebijakan masing-masing *marketplace*. Kondisi ini menegaskan perlunya intervensi regulasi yang lebih tegas untuk menjembatani kesenjangan antara norma hukum publik dan praktik privat platform, sebagaimana juga disarankan dalam penelitian Sitepu, Manurung, Zulkifli, dan Noord (2024) yang menekankan kewajiban platform untuk memastikan keaslian produk sejalan dengan ketentuan UUPK.

E. Efektivitas Pengaturan Hukum dan Mekanisme Pengawasan

Evaluasi terhadap efektivitas pengaturan hukum yang ada saat ini menunjukkan sejumlah kelemahan struktural. *Pertama*, dari aspek norma, belum terdapat ketentuan yang secara eksplisit dan terperinci mengatur standar kehati-hatian (*duty of care*) yang wajib dipenuhi platform *marketplace* dalam melakukan verifikasi keaslian produk. PP PMSE memang mengatur kewajiban umum PPMSE dalam pembinaan dan pengawasan terhadap Pedagang, namun tidak merumuskan secara rinci parameter teknis verifikasi yang wajib dipenuhi, seperti kewajiban integrasi dengan basis data merek terdaftar milik Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, kewajiban penggunaan teknologi deteksi otomatis, atau standar waktu respons terhadap laporan pelanggaran.

Kedua, dari aspek kelembagaan, terdapat fragmentasi kewenangan pengawasan antara Kementerian Perdagangan (yang berwenang atas PMSE secara umum), Kementerian Komunikasi dan Digital (yang berwenang atas penyelenggaraan sistem elektronik), Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum (yang berwenang atas perlindungan merek), serta Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk produk tertentu. Fragmentasi ini menimbulkan tumpang tindih kewenangan sekaligus celah pengawasan (*regulatory gap*) karena tidak ada satu otoritas tunggal yang memiliki kewenangan komprehensif untuk menindak peredaran barang palsu di *marketplace* secara terintegrasi. Penelitian Kansil (2020) telah mengidentifikasi lemahnya instrumen pengawasan preventif PPMSE terhadap fenomena barang palsu sebagai persoalan struktural yang signifikan, dan temuan tersebut masih relevan hingga saat ini mengingat belum ada perubahan signifikan pada arsitektur kelembagaan pengawasan PMSE.

Ketiga, dari aspek penegakan hukum, mekanisme pelaporan kerugian konsumen kepada Menteri sebagaimana diatur PP PMSE bersifat pasif menunggu inisiatif konsumen, tanpa didukung oleh mekanisme pengawasan proaktif berbasis teknologi yang mampu mendeteksi pola penjualan barang palsu secara otomatis. Padahal, mengingat skala transaksi *marketplace* yang mencapai jutaan listing produk, pendekatan pengawasan yang semata mengandalkan pelaporan manual tidak akan mampu mengimbangi kecepatan dan volume peredaran barang palsu.

Keempat, dari aspek harmonisasi rezim hukum, terdapat kesenjangan antara pendekatan rezim perlindungan konsumen yang berorientasi pada kerugian individual konsumen, dengan rezim hak kekayaan intelektual yang berorientasi pada perlindungan hak eksklusif pemegang merek. Kedua rezim ini semestinya dapat saling memperkuat—misalnya melalui mekanisme pelaporan silang antara BPSK dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual—namun dalam praktiknya masih berjalan sendiri-sendiri tanpa mekanisme koordinasi yang formal.

Dengan mempertimbangkan keempat kelemahan struktural tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas pengaturan hukum saat ini masih tergolong rendah hingga sedang (*low to moderate effectiveness*). Regulasi yang ada telah menyediakan landasan normatif yang memadai untuk membebaskan tanggung jawab kepada platform secara konseptual, namun implementasinya masih menghadapi tantangan

signifikan akibat lemahnya norma teknis, fragmentasi kelembagaan, dan minimnya pendekatan pengawasan berbasis teknologi. Simpulan ini sejalan dengan catatan dalam kajian mengenai efektivitas PP PMSE yang menyoroti bahwa implementasi peraturan tersebut masih menghadapi berbagai kendala pada tataran praktis meskipun cakupan pengaturannya cukup luas.

Untuk mengatasi kelemahan tersebut, diperlukan beberapa langkah pembenahan. Pertama, penguatan norma teknis melalui peraturan pelaksana yang secara eksplisit mewajibkan integrasi sistem verifikasi *marketplace* dengan basis data kekayaan intelektual nasional, sehingga proses *notice and takedown* dapat berjalan lebih cepat dan akurat. Kedua, pembentukan forum koordinasi lintas kementerian/lembaga yang secara khusus menangani isu peredaran barang palsu di ranah digital, guna mengatasi fragmentasi kewenangan. Ketiga, penetapan standar waktu respons (*service level agreement*) yang wajib dipenuhi platform dalam menindaklanjuti laporan pelanggaran, disertai sanksi administratif yang proporsional dan progresif bagi platform yang tidak patuh. Keempat, mendorong penerapan teknologi kecerdasan buatan untuk deteksi dini produk yang berpotensi melanggar hak merek, sebagai pelengkap terhadap mekanisme pelaporan manual yang telah ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal. *Pertama*, kedudukan hukum platform *marketplace* dalam sistem perdagangan elektronik Indonesia bersifat ganda, yaitu sebagai Penyelenggara Sarana Perantara sekaligus Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang memikul kewajiban aktif dalam pembinaan dan pengawasan terhadap pedagang yang menggunakan platformnya. Kedudukan ganda ini menyebabkan doktrin *safe harbor* tidak dapat diterapkan secara mutlak, melainkan gugur ketika platform memiliki pengetahuan aktual atau konstruktif atas pelanggaran namun tidak mengambil tindakan yang memadai.

Kedua, tanggung jawab hukum platform *marketplace* atas peredaran barang palsu dapat berdimensi perdata (melalui doktrin perbuatan melawan hukum dan tanggung jawab kontraktual), administratif (melalui sanksi dari Kementerian Perdagangan berdasarkan PP PMSE dan peraturan pelaksanaannya), serta dalam batas tertentu berpotensi bersinggungan dengan ranah pidana meskipun penerapannya terhadap platform itu sendiri memerlukan pembuktian unsur kesengajaan yang ketat. Perlindungan hukum bagi konsumen tersedia melalui mekanisme UUPK dan PP PMSE, sedangkan perlindungan bagi pemegang hak merek lebih banyak bertumpu pada kombinasi antara UU MIG dan kebijakan privat platform yang belum terstandardisasi secara nasional.

Ketiga, efektivitas pengaturan hukum yang ada saat ini masih tergolong rendah hingga sedang, disebabkan oleh empat kelemahan struktural utama: minimnya norma teknis mengenai standar kehati-hatian platform, fragmentasi kewenangan kelembagaan pengawasan, mekanisme penegakan hukum yang masih reaktif dan bertumpu pada pelaporan manual, serta lemahnya harmonisasi antara rezim perlindungan konsumen dan rezim hak kekayaan intelektual. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi teknis, pembentukan forum koordinasi lintas lembaga, penetapan standar waktu respons penanganan laporan, serta pemanfaatan teknologi deteksi dini untuk meningkatkan efektivitas pencegahan dan penanggulangan peredaran barang palsu di platform *marketplace* Indonesia. Langkah-langkah tersebut penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia berjalan beriringan dengan kepastian hukum dan perlindungan yang memadai bagi konsumen serta pemegang hak kekayaan intelektual.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Peredaran Barang Palsu di Marketplace Indonesia. *Jurnal Hukum dan Konsumen*, 5(2), 112–125.
- Amaliya, N., Rahmawati, D., & Prasetyo, A. (2025). Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran Barang Ilegal dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Kebijakan*, 7(1), 45–58.
- Asrofi, M. H. (2022). *Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Marketplace atas Kerugian Pembeli yang Mendapat Barang Palsu dari Pedagang (Merchant) di Marketplace* (Tesis). Magister Hukum Bisnis dan Kenegaraan, Universitas Gadjah Mada.
- Dhityaenggarwangi, C. (2023). *Tanggung Jawab Marketplace atas Barang Palsu*. Hukumonline. Diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/tanggung-jawab-marketplace-atas-barang-palsu-lt65847df070f4a/>
- Indonesia. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*.
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020*.
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185.
- Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional (JDIHN). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Diakses dari <https://dev-jdihn.bphn.go.id/doc/1400369>
- Kansil. (2020). Analisis Pengawasan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dalam Mengawasi Fenomena Barang Palsu di Platform Marketplace. *Jurnal Hukum Adigama*, 3.
- Nanda. (2022). Tanggung Jawab Penyelenggara Platform atas Peredaran Produk Imitasi pada Marketplace. *Jurnal Pamat: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*.
- SIP Law Firm. (2020). *Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019*. Diakses dari <https://siplawfirm.id/analisa-kebijakan-terbaru-e-commerce-berdasarkan-pp-80-tahun-2019>
- Sitepu, D. P. B., Manurung, A. F. R., Zulkifli, S., & Noord, T. (2024). Analisis Hukum Tanggung Jawab Penyedia Platform Market Place terhadap Produk Palsu dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), 464–474.
- Winarsih, S., & Oktaviarni, F. (2021). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan melalui Marketplace di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis*, 11(2), 120–132.