JURNAL PAMATOR

Vol. 15, No. 2, 2022 p. 357-366
https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator
ISSN 2654-7856 (Online)
ISSN 1829-7935 (Print)

Tanggung Jawab Penyelenggara Platform Atas Peredaran Produk Imitasi Pada *Marketplace*

Wella Mareta Nanda[1*]

[1] Universitas Airlangga, Indonesia wellamaretan@gmail.com

DOI : https://doi.org/10.21107/pamator.v15i2.22541
Manuscript received xx 2022 Revised xx 2022 Published xx 2022

Abstrak

Keberadaan internet mendorong terjadinya perubahan pada sistem perdagangan. Sistem perdagangan dari konvensional telah beralih secara *online,* salah satunya melalui platform *marketplace.* Beragam kemudahan dapat dirasakan dari kehadiran platform *marketplace,* namun di lain pihak mampu mendatangkan problematika tersendiri bagi pemegang hak atas merek. Hal tersebut dikarenakan banyak ditemukan produk imitasi (palsu) yang diperdagangkan di platform *marketplace* oleh penjual yang tidak bertanggungjawab. Tuntutan gaya hidup yang berorientasi pada suatu merek eksklusif (*brain minded*) dengan tingkat perekonomian rendah mendorong pembeli untuk membeli produk imitasi karena harganya jauh lebih murah. Oleh karena itu, hal tersebut mengakibatkan peredaran produk imitasi semakin marak pada platform *marketplace.* Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan *(statute approach)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peredaran produk imitasi termasuk perbuatan yang merugikan pemegang hak atas merek karena penjual memperdagangkan produknya dengan mencantumkan merek yang telah terdaftar. Di dalam hukum positif tidak ditemukan pengaturan secara spesifik bahwa penyelenggara platform *marketplace* bertanggungjawab atas peredaran produk imitasi. Meskipun demikian, penyeleggara platform memiliki kewajiban untuk memastikan segala aktivitas pada platformnya tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kata Kunci: *E-commerce, Marketplace*, Produk Imitasi, Hak Merek.

Abstract

The existence of internet encourages changes in trading system. The conventional trading has moved online, through the marketplace platform. There are various conveniences from marketplace platform existance, but it can create problems for trademark rights holders due to many imitation (fake) products are traded on the marketplace platform by irresponsible sellers. Lifestyle demands that are oriented towards exclusive brand (brain minded) with low economic level encourage buyers to buy counterfeit products because the prices are much cheaper. Thus, the circulation of imitation products increasingly widespread on the marketplace platform. The purpose of this recserach is to find out the forms of violations by sellers who trade imitation products and the responsibility of marketplace platform providers for the circulation of imitation products. The research methode using juridical approach. The results show that the circulation of imitation products is an act that is detrimental to the holders of trademark rights because sellers trade their products by including a registered brand. In positive law there is no specific regulation that marketplace platform providers are responsible for the distribution of counterfeit products. However, platform providers have an obligation to ensure that all activities on their platform do not conflict with applicable laws and regulations.

Keywords: *E-commerce, Marketplace, Imitation Product, Trademark Right*

© Authors; This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0) (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) which allows re-distribution and re-use of a licensed work on the conditions that the creator is appropriately credited and that any derivative work is made available under "the same, similar or a compatible license".

Vol. 15, No. 2, 2022
ISSN: 2654-7856 (Online)
ISSN: 1829-7935 (Print)

PENDAHULUAN

Era digital yang semakin pesat turut mempengaruhi perubahan praktik dalam dunia perdagangan. Perdagangan bebas pada era globalisasi didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi dan informasi sehingga mendatangkan peluang dalam rangka perluasan arus transaksi baik barang maupun jasa di masyarakat.[1] Kemajuan teknologi dan kemudahan proses transmisi informasi yang dipicu oleh lahirnya internet turut mendorong perubahan dalam sistem perdagangan yang semula dilakukan secara konvensional, saat ini beralih secara *online.* Peralihan tersebut memanfaatkan sistem elektronik yang semakin canggih hingga mampu melahirkan praktik perdagangan yang disebut *e-commerce* (perdagangan elektronik). Apabila pada praktik perdagangan konvensional antara penjual dan pembeli berada pada tempat yang sama untuk melakukan transaksi secara langsung, namun pada perkembangannya antara penjual dan pembeli tidak perlu berada pada tempat yang sama untuk bertransaksi. Perubahan pola transaksi tersebut lahir dari eksistensi praktik jual beli melalui *e-commerce*.

Secara eksplisit, *E-Commerce* memiliki arti jual beli yang dilakukan di dunia maya.[2] *E-commerce* merupakan suatu cara berbisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik yakni internet sebagai penghubung antara perusahaan dengan masyarakat luas sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik sebagai timbal balik dari jual beli baik barang maupun jasa.[3] Jony Wong memberikan pengertian *e-commerce* sebagai pembelian, penjualan serta pemasaran baik barang maupun jasa melalui sistem internet.[4] Kegiatan jual beli melalui media eletronik tersebut memberikan kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen untuk bertransaksi tanpa harus bertemu secara langsung (*face to face*). Pelaku usaha mampu memasarkan produknya dengan menjangkau lebih banyak konsumen secara *online* dibandingkan dengan cara konvensional. Dengan demikian, *e-commerce* dapat menjadikan percepatan perekonomian di negeri apabila para pelaku usaha mampu memanfaatkan sistem elektronik di tengah pesatnya era digitalisasi seperti saat ini.[5] Angka permintaan konsumen yang tinggi dan menuntut agar kebutuhannya dapat terpenuhi dengan segera juga turut menjadi alasan eksistensi *E-commerce* sangat diperlukan pada masa sekarang.

Di dalam *e-commerce* ada pihak-pihak yang terlibat yakni penyelenggara platform *e-commerce* yang sekaligus pengoperasi sistem elektronik dan pengguna platform (*user).* Pengguna platform *e-commerce* merupakan masyarakat yang memiliki akun di dalam situs *e-commerce* tersebut. *User Generated Content* (UGC) yang diterapkan dalam *e-commerce* dapat menjadikan pengguna untuk turut serta mengisi konten di dalam platform yang tersedia.[6] Konten tersebut dapat berupa produk yang dijual oleh pengguna sebagai penjual (*seller)* serta interaksi antara penjual dengan pembeli *(buyer*). UGC biasanya diterapkan oleh penyedia platform *e-commerce* dalam bentuk *marketplace*. Melalui inovasi dan strategi pemasaran yang mampu menarik konsumen akan menjadikan produk yang dijual semakin dikenal luas hingga pada tingkat internasional. Sehingga, bagi pelaku usaha yang telah memegang hak atas merek mampu memperkenalkan merek tersebut dengan jangkauan baik nasional maupun internasional.

---

[1] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Citra Aditya Bakti 2014).[4].

[2] Emmy Febriani Thalib dan Ni Putu Suci Meinarni, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia", *Jurnal Ius Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol. 7 No. 2, 2019, 195.

[3] Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global* (PT. Citra Bakti 2005).[407].

[4] Jony Wong, *Internet Marketing for Beginners* (PT. Elex Media Komputindo 2010).[33].

[5] Titik Triwulan, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional* (Kencana 2011).[380].

[6] Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, 'Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace' (2020) VIII Junal Privat Law.[22].

Pada fase ketika suatu merek telah diterima dan diakui kualitasnya oleh banyak kalangan, maka akan memiliki prospek keuntungan yang bagus. Namun, seiring dengan jumlah penjual pada *maketplace* yang semakin banyak, menjadikan peredaran produk imitasi merek terkenal semakin merebak. Hal tersebut dikarenakan pada beberapa *marketplace* membuka wadah untuk berbagai kalangan dalam rangka menjual produk yang tidak langsung dari toko resminya (un*official store*). Penjual dengan i'tikad buruk berusaha mengelabuhi pembeli untuk membeli produk imitasi merek terkenal dengan harga yang terjangkau. Pada beberapa kasus, terdapat kesengajaan dari pembeli sendiri yang lebih tertarik membeli produk imitasi. Perbuatan tersebut mendorong lahirnya kerugian bagi pemegang hak atas merek.

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan peredaran produk bermerek palsu pada platform *marketplace* pernah ditulis oleh Karenina Aulia Puti, Ranti Fauza Mayana dan Tasya Safiranita Ramli pada tahun 2020 yang membahas terkait dengan perlindungan hukum merek yang telah dikenal luas dari praktik *passing off* (pemboncengan reputasi) pada platform *marketplace.* Penelitian lainnya yang serupa dengan penelitian pertama yakni ditulis oleh Ahmad Zainullah pada tahun 2022 yang juga meninjau bentuk perlindungan hukum atas praktik *passing off* pada merek terkenal yang beredar pada *marketplace*. Sehingga, fokus utama yang dikaji dalam penelitian tersebut yakni berkaitan dengan perbuatan *passing off.* Sedangkan, yang memberdakan dengan penelitian ini yakni fokus kajian diarahkan untuk meninjau bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual produk imitasi dari merek terkenal dan bagaimana pertanggungjawaban perusahaan atau penyelenggara platform *marketplace* terhadap pelaku usaha yang menjual produk imitasi.

Meskipun pada kebanyakan masyarakat pada kelas tertentu lebih memilih membeli barang imitasi untuk memenuhi gaya hidup, namun perbuatan yang melanggar hukum tidak seharusnya dibiarkan begitu saja. Apabila tidak ada penindakan, penjual produk imitasi akan semakin membludak menawarkan produk imitasi merek terkenal yang berimplikasi timbulnya kerugian bagi pemegang hak atas merek produk yang menjadi objek tiruan. Berdasarkan latar belakang tersebut dapat ditarik isu hukum yakni terkait apakah bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual produk imitasi dan bagaimana pertanggungjawaban perusahaan atau penyedia platform *marketplace* terhadap pelaku usaha yang menjual produk imitasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Penelitian hukum normatif menurut Peter Mahmud Marzuki merupakan proses dalam rangka menemukan aturan, prinsip dan doktrin hukum untuk menjawab isu hukum yang dibahas.

Pendekatan yang digunakan adalah perundang-undangan *(statute approach).* Pendekatan perundang-undangan merupakan suatu pendekatan yang dilakukan dengan cara meninjau produk legislasi dan regulasi dengan memahami hierarki dan asas-asas dalam peraturan perundang-undangan yang memiliki kaitan dengan penulisan penelitian.[7] Penulis menelaah dan meninjau peraturan perundang-undangan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

[7] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2021, h. 137.

Vol. 15, No. 2, 2022
ISSN: 2654-7856 (Online)
ISSN: 1829-7935 (Print)

Bentuk Pelanggaran oleh Penjual yang Memperdagangkan Produk Imitasi Pada Paltform *Marketplace*

E-commerce merupakan salah satu inovasi dalam bidang perdagangan sebagai akibat perkembangan teknologi yang pesat. Lahirnya *e-commerce* mengakibatkan perubahan kebiasaan dalam bidang perdagangan yang semula dilakukan secara langsung di dunia nyata kemudian berkembang melalui dunia maya.[8] Perubahan cara perdagangan saat ini yang memanfaatkan sistem elektronik melahirkan suatu aplikasi yang dibuat oleh penyedia platform perdagangan elektronik yakni berupa *marketplace.* Di dalam *marketplace* penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli secara mudah dan praktis. Kepraktisan tersebut tercermin dari tidak diperlukannya antara penjual dan pembeli untuk bertemu secara langsung dalam rangka melakukan transaksi. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk *User Generated Content* menjelaskan bahwa "*Marketplace merupakan salah satu platform, platform adalah wadah berupa aplikasi, situs internet, dan/atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk interaksi dan/atau fasilitas perdagangan melalui sistem elektronik."*[9] Pihak lain yang berperan sebagai pengguna platform yakni pedagang (*merchant*) dan pengguna platform lain sebagai pembeli *(buyer)*. Perdagangan melalui perantara internet yang berbentuk *User Generated Content* mampu mengikutsertakan masyarakat umum di dalamnya agar dapat memiliki akun dan menjadi pengguna platform, sehingga terdapat penjual dan pembeli sekaligus di dalam platform tersebut. Penjual di dalam platform jual beli secara *online* merupakan individu maupun kelompok, badan usaha atau badan hukum dimana mereka menggunakan fasilitas berupa platform tersebut untuk menawarkan produknya. Pengguna platform merupakan orang yang mengakses atau bertransaksi melalui platform jual beli secara *online* tersebut. Melalui platform *marketplace* mampu mempertemukan penjual dan pembeli, sehingga dapat saling berinteraksi satu sama lain untuk melakukan transaksi jual beli. Hal ini yang membedakan *marketplace* dengan situs perdagangan melalui internet yang lain seperti *online shop* dimana hanya terdapat satu penjual saja yang menjual produknya. Sedangkan di dalam *marketplace* terdapat penjual yang menjual berbagai jenis produk, sehingga pembeli mampu dengan mudah mencari produk sesuai kebutuhan dengan bermacam variasi yang tersedia.

Namun, segala kemudahan yang ditemukan di dalam transaksi jual beli melalui *marketplace* juga menimbulkan problematika tersendiri. Banyaknya jumlah penjual yang menawarkan berbagai produk dapat membuat pembeli kecewa apabila produk dengan iklan tidak sesuai, terlebih apabila barang yang dibeli oleh penjual merupakan barang imitasi (palsu). Hal tersebut dikarenakan barang dengan merek yang dikenal luas telah banyak beredar di Indonesia, salah satunya akibat dari adanya sistem jual beli secara online melalui *marketplace.* Tingginya angka persaingan penjual pada *marketplace* membuat penjual yang tidak bertanggungjawab memperdagangkan produk palsu dari merek terkenal dengan harga yang lebih murah. Sehingga, banyak konsumen yang akan tertarik untuk membeli terlebih terkadang perbedaan produk bermerek asli dan palsu tidak dapat dilihat hanya sepintas saja. Dari penjualan barang palsu tersebut, penjual dapat memperoleh banyak keuntungan karena banyak peminat, sedangkan bagi pemegang hak atas merek serta konsumen yang memiliki kesadaran

[8] Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia* (Nusa Media 2019).[29].
[9] Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant)* Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk *User Generated Content.*

untuk membeli barang asli akan dirugikan. Di lain pihak, peredaran barang palsu pada *marketplace* semakin merebak disebabkan oleh berbagai faktor seperti tingkat ekonomi masyarakat yang rendah, namun memiliki gaya hidup yang berorientasi pada suatu merek eksklusif tertentu *(brand minded).* Maraknya gaya hidup *brand minded* dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman, kepribadian, persepsi yang dimiliki serta konsep diri yang diterapkan termasuk faktor internal, sedangkan faktor eksternal dapat berupa pengaruh

Bentuk Pelanggaran oleh Penjual yang Memperdagangkan Produk Imitasi Pada Paltform *Marketplace*

E-commerce merupakan salah satu inovasi dalam bidang perdagangan sebagai akibat perkembangan teknologi yang pesat. Lahirnya *e-commerce* mengakibatkan perubahan kebiasaan dalam bidang perdagangan yang semula dilakukan secara langsung di dunia nyata lingkungan seperti keluarga, pertemanan maupun kelas sosial.[10] Sehingga, orang yang bergaya hidup *brand minded* akan berusaha untuk mendapatkan barang dengan merek eksklusif yang terkenal dengan harga yang murah meskipun tingkat perekonomiannya tidak mendukung. Hal tersebut melatarbelakangi peredaran barang imitasi dari merek terkenal yang semakin marak pada *marketplace* karena melihat peluang pembeli akan lebih tertarik membeli barang dengan merek sama namun harganya lebih murah daripada harus membeli barang asli yang harganya jauh lebih mahal. Penjual pada *marketplace* memproduksi sendiri produk tertentu seperti tas, sepatu maupun baju dengan mencantumkan merek terkenal dan menjualnya dengan harga yang murah. Sehingga, peredaran barang palsu tersebut dapat digunakan oleh pembeli dalam rangka memenuhi gaya hidupnya. Oleh karena itu, diperlukan tindakan tegas maupun untuk pencegahan pelanggaran hak atas merek, dan dapat mendorong masyarakat untuk mendaftarkan merek usaha yang dimiliki.[11] Menurut ketentuan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa *"Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa".*[12] Hak atas merek merupakan sebuah hak eksklusif yang dimiliki oleh pemegang merek yang telah terdaftar dan dimiliki dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut ataupun dengan memberikan izin kepada pihak lain untuk mempergunakan merek tersebut.[13] Pada dasarnya di dalam Undang-undang tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan bagi merek yang sudah terdaftar, sehingga pada permohonan merek yang memiliki kesamaan dengan merek yang sudah terdaftar tersebut akan ditolak.[14] Sehingga penjual yang memperdagangkan tanpa izin secara bebas produk dengan merek yang telah terdaftar termasuk bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Selain itu, penjualan barang yang melanggar merek juga bertentangan dengan kewajiban dari penjual sebagaimana tercantum di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mewajibkan penjual untuk memastikan materi dari iklan produknya tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perbuatan penjual yang menjual produk imitasi termasuk perbuatan

[10] Ade Rossa Jibriliastiti dan Rudi Cahyono, *'Gambaran Gaya Hidup Brand Minded Pada Remaja Putri'* (2018) VII Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan.[14].
[11] Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar* (Pustaka Yustisia 2010).[89].
[12] Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
[13] Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
[14] Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Deepublish 2016).[58].

Vol. 15, No. 2, 2022
ISSN: 2654-7856 (Online)
ISSN: 1829-7935 (Print)

yang bertentangan dan tidak konsisten dengan ketentuan terkait merek sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Transformasi kehidupan pada masa ini didukung salah satunya oleh perkembangan teknologi informasi serta komunikasi yang semakin pesat, sehingga mampu mendorong perubahan gaya hidup serta peradaban manusia global.[15] Berkembangnya dunia maya menjadikan tolak ukur tersendiri terkait kepuasan konsumen dalam berbelanja. Kepuasan tersebut salah satunya lahir apabila mampu membeli produk-produk dengan merek yang terkenal luas. Hal itu berkaitan dengan adanya anggapan tentang merek dari produk yang dimiliki mampu menunjukan status sosial seseorang. Adanya anggapan tersebut membuat pelaku usaha yang tidak taat hukum memanfaatkan hal tersebut dengan menjual produk dengan merek terkenal, namun berbeda kualitas.[16] Dikarenakan penjualan produk dengan merek yang sudah dikenal luas akan memberikan kemudahan dari segi pemasarannya, sehingga dapat mendatangkan keuntungan bagi pihak penjual. Ketentuan Pasal 46 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaski Elektronik mewajibkan bagi para pihak untuk menyelenggarakan transaksi elektronik dengan itikad baik dengan menekankan pada prinsip transparansi, kehati-hatian, akuntabilitas serta kewajaran pada sebagaimana mestinya. Kemudian di dalam Pasal 46 ayat (2) huruf d bahwa kontrak elektronik dapat dikatakan sah apabila berkaitan dengan objek dalam transaksi tidak bertentangan dengan salah satunya peraturan perundang-undangan. Di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga terdapat kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi secara jelas dan lengkap berkaitan dengan produk yang dijualnya. Hal inilah yang menyebabkan kekecewaan pembeli yang menerima produk tidak sesuai ekspektasi apabila penjual tidak melaksanakan kewajiban terkait dengan pemberian informasi tersebut. Ketentuan Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga memberikan perlindungan bagi konsumen, sehingga apabila barang yang diterima berbeda dengan gambar maupun informasi yang ditampilkan, maka konsumen sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap penjual atas dasar wanprestasi dalam transaksi melalui *marketplace.* Penjual yang menjual produk imitasi juga termasuk perbuatan yang tidak mencerminkan adanya itikad baik dikarenakan hal tersebut termasuk pelanggaran hukum karena melanggar hak atas merek. Terhadap penggunaan merek tanpa izin pada produk yang dijual oleh penjual, pemegang hak atas merek dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran hak atas merek tersebut. Gugatan dapat diajukan ke Pengadilan Niaga yang dapat berupa tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan untuk menghentikan pemakaian merek tanpa izin sebagaimana termaktub di dalam ketentuan Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.[17] Atas perbuatan pelaku usaha yang terbukti melanggar hak atas merek dapat dikenakan sanksi yang termaktub di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Bagi konsumen yang membeli suatu produk dengan merek tertentu tanpa seizin pemegang hak atas merek memiliki hak untuk menuntut sebagaimana ketentuan dalam Pasal 4 huruf (h) undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga, telah diakomodir upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen yang juga merupakan pihak yang dirugikan atas peredaran produk palsu oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab.

[15] Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan Haki* (Refika Aditama 2008).[1].
[16] Aulia Muthiah , *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Pustaka Baru Press 2016).[158].
[17] Ni Ketut Supasti Dharmawan, *Harmoni Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia* (Swasta Nulus 2018).[52].

Tanggung Jawab Penyedia Platform *Marketplace* Atas Peredaran Produk Imitasi

Di dalam *marketplace* konsumen dimudahkan untuk mencari dan membandingkan barang yang akan dibeli pada banyak penjual yang terdapat pada plafform *marketplace.* Konsumen atau pembeli dapat mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah dengan berbagai macam penawaran yang tercantum pada deskripsi produk. Namun, kemudahan tersebut juga mendatangkan permasalahan terkait keaslian dari barang dengan harga yang murah dan dijual oleh toko yang tidak resmi (*unofficial store*). Dikarenakan barang yang asli dengan kualitas terbaik memiliki harga yang lebih mahal, maka membeli barang palsu terkadang menjadi pilihan bagi konsumen yang bergaya hidup *brand minded.* Oleh karena itu, tidak semua konsumen akan memberikan komplain atas barang palsu yang telah dibeli, dikarenakan pada dasarnya para konsumen tersebut memang memiliki niatan untuk melakukan pembelian atas barang palsu tersebut.[18] Sehingga, selain dari faktor yang datang dari penjual yang memperjualbelikan barang palsu, peredaran barang palsu terus menerus terjadi dan semakin merebak dipengaruhi pula oleh konsumen yang gemar membeli barang palsu.

Maraknya pelanggaran hak atas merek yang dilakukan oleh penjual dengan memperjualbelikan produk imitasi atau produk palsu di dalam platform *marketplace* juga termasuk permasalahan yang dapat terjadi akibat kurangnya pengawasan serta penyaringan penjual oleh penyedia platform. Sehingga, penjual yang tidak bertanggungjawab yang berorientasi pada keuntungan semata akan melakukan segala cara untuk mendapatkan keuntungan. Melihat fenomena gaya hidup *brand minded* pada kebanyakan konsumen terutama remaja saat ini, memicu maraknya penyalahgunaan hak atas merek. Tidak semua orang dapat mempergunakan merek yang telah terdaftar karena hak atas merek merupakan sebuah hak eksklusif yang hanya dimiliki oleh pemegang hak atas merek.

Merek menurut pendapat Mr. Tirtaamidjaya yakni sebuah tanda yang terdapat atau dibubuhkan pada bungkusan barang (produk) agar dapat dibedakan barang tersebut dengan barang lainnya yang sejenis.[19] Penjual yang menggunakan merek tanpa izin mampu mendatangkan kerugian bagi pemegang hak atas merek dan berpengaruh terhadap *brand image* yang telah dibangun oleh pemegang hak atas merek tersebut, sehingga perbuatan demikian termasuk bertentangan dengan peraturan baik nasional maupun internasional.[20] Di dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Penyedia Platform merupakan subjek hukum dari UU ITE. Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik, penyedia platform memiliki tanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik yang dijalankannya secara andal dan aman serta bertanggungjawab terhadap beroperasinya sistem elektronik agar berjalan dengan sebagaimana mestinya.[21] Namun tanggung jawab akan hal tersebut menjadi gugur apabila dapat dibuktikan bahwa terjadinya permasalahan di dalam platform tersebut diakibatkan oleh pihak pengguna platform tersebut. Berdasarkan ketentuan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant)*

[18] Indira Nurul Anjani, 'Jual Barang Palsu Di Marketplace, Penyedia Ikut Bertanggungjawab Gak Sih?' (SmartLegal.id, 2021)< https://smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2021/07/22/jual-barang-palsu-di-marketplace-penyedia-ikut-bertanggung-jawab-gak-sih/>, diakses 08 Januari 2022.
[19] H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intelectual Property Rights)* (PT. Raja Grafindo Persada 2010).[344].
[20] *Ibid.* hlm. 10.
[21] Pasal 15 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Vol. 15, No. 2, 2022
ISSN: 2654-7856 (Online)
ISSN: 1829-7935 (Print)

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk *User Generated Content* yang mengatur terkait konten yang dilarang beredar (diperjualbelikan) pada paltform yakni salah satunya barang dan/atau jasa dimana memuat konten yang menjerumus pada pelanggaran hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan Intelektual yang dilanggar berkaitan dengan penjualan produk imitasi yakni salah satunya pelanggaran hak atas merek. Di dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika tersebut juga mewajibkan penyedia platform *marketplace* untuk menyediakan sebuah sarana yang dijadikan pengaduan, sehingga pengguna dapat melaporkan konten-konten yang tidak diperbolehkan untuk diperjualbelikan. Selanjutnya, atas pengaduan tersebut penyedia platform dapat melakukan tindakan atas pengaduan tersebut.

Di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memberikan kewajiban bagi para penjual pada *marketplace* untuk mencantumkan identitas yang jelas serta terhadap informasi dan spesifikasi dari produk yang dijualnya dengan sebenar-benarnya dan beritikad baik. Sehingga, pembeli yang akan membeli produk tersebut dapat mengetahui bagaimana kondisi serta kualitas dari produk tersebut. Pada dasarnya setiap penyedia platform *marketplace* memiliki ketentuan atau kebijakan yang wajib dibaca dan dipatuhi oleh semua pengguna baik penjual maupun pembeli yang berisi hak dan kewajiban dari pihak-pihak yang melakukan transaksi. Penyedia platform *marketplace* pada dasarnya tidak memikul tanggung jawab berkaitan dengan transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli di dalam platform tersebut, dikarenkan pihak yang berkontrak dalam transaksi tersebut yakni penjual dan pembeli. Akan tetapi, penyedia platform *marketplace* bertanggunjawab atas terselenggaranya serta beroperasinya sistem elektronik pada platformnya agar berjalan dengan aman. Berkaitan dengan penjualan barang palsu yang merupakan perbuatan ilegal, di dalam ketentuan Pasal 22 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur apabila ditemukan konten ilegal, maka pihak Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bertanggungjawab atas dampak maupun konsekuensi hukum yang timbul dari eksistensi konten ilegal tersebut.[22] Penjualan barang palsu dikatakan sebagai berbuatan ilegal dikarenakan hal tersebut bertentangan dengan ketentuan di dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggungjawab Penyedia Platform Pedagang *(Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk *User Generated Content*. Penyedia platform *marketplace* memiliki kewajiban hukum untuk membuat para pengguna platform patuh akan peraturan perundang-undangan dengan tidak melakukan perbuatan yang bertentangan dengan peraturan yang berlaku serta syarat dan ketentuan yang diberlakukan pada masing-masing platform *marketplace.* Penyedia platform *marketplace* juga dilarang mengabaikan adanya pelanggaran terkait penyebarluasan informasi yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Sehingga hal tersebut mendatangkan konsekuensi bagi penyedia platform untuk melakukan tindaklanjut atas adanya aduan dari konsumen sebagaimana termaktub di dalam Romawi V (lima) Huruf C Angka 1 Huruf d Surat Edaran Kementrian Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 untuk melakukan pemeriksaan terkait aduan konsumen, memblokir konten, menginformasikan kepada penjual bahwa konten yang bersangkutan tergolong sebagai bentuk pelanggaran serta memiliki hak untuk melakukan

[22] Hessa Arteja dan Christine S.T. Kansil, '*Analisis Pengawasan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) Dalam Mengawasi Fenomena Barang Palsu Di Platform Marketplace (Studi Perbadndingan Di Indonesia dan Amerika Serikat)'* (2020) III Jurnal Hukum Adigama.[783].

penolakan atas aduan konsumen apabila tidak benar dan berdasar.[23] Langkah-langkah dan kebijakan tersebut wajib untuk diupayakan pelaksanaannya agar para pengguna platform *marketplace* baik penjual maupun pembeli tidak melakukan perbuatan yang bertentangan dengan hukum yang berlaku. Karena pada dasarnya pada tahap pembuatan akun di platform *marketplace* selalu dicantumkan syarat dan ketentuan yang berlaku sebelum pengguna menjalankan aplikasi *marketplace.* Sehingga selebihnya yang perlu digencarkan oleh penyedia platform *marketplace* yakni kepatuhan pengguna platform terhadap kebijakan dan peraturan perundang-undangan.

KESIMPULAN

Kehadiran *marketplace* sebagai perkembangan dari sistem perdagangan mendatangkan problematika tersendiri bagi pemegang hak atas merek. Permasalahan yang timbul yakni semakin maraknya peredaran produk imitasi (palsu) dari merek terkenal pada platform *marketplace*. Penjual yang tidak bertanggungjawab dan tidak taat hukum memperjualbelikan produk palsu untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan mencantumkan merek terkenal yang sudah terdaftar pada produknya. Selain dari sisi penjual, semakin maraknya peredaran barang palsu juga dilatarbelakangi oleh gaya hidup *brand minded* konsumen yang berusaha memenuhi tuntutan gaya hidup yang demikian, membuat konsumen memilih membeli barang merek terkenal dengan harga yang lebih murah meskipun barang tersebut palsu. Hak atas merek merupakan sebuah hak eksklusif yang dimiliki oleh pemegang hak atas merek, sehingga tindakan memperjualbelikan produk dengan merek palsu termasuk perbuatan yang tidak mencerminkan itikad baik dari penjual sebagaimana amanat di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan melanggar hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, di dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 pada dasarnya tidak membebankan secara jelas dan tegas tanggungjawab penyedia platform *marketplace* untuk bertanggungjawab secara langsung atas peredaran produk imitasi di platform *marketplace* dikarenakan pihak-pihak yang bertransaksi satu sama lain yakni penjual dan pembeli. Sehingga, diperlukan peraturan yang mengakomodir terkait pembebanan tanggung jawab kepada penyedia platform *marketplace* atas peredaran produk imitasi (palsu), sehingga sebagai penyedia platform *marketplace* tidak hanya sebagai pemberi fasilitas bagi penjual dan pembeli saja, melainkan juga harus memastikan produk yang dijual tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

DAFTAR PUSTAKA

Jack Febrian, *Menggunakan Internet* (Informatika 2003).
Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global* (PT. Citra Bakti 2005).
Jony Wong, *Internet Marketing for Beginners* (PT. Alex Media Komputindo 2010).
Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Citra Aditya Bakti 2014).
Titik Triwulan, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional* (Kencana 2011).

[23] Romawi V Huruf C Angka 1 Huruf d Surat Edaran Kementrian Komunikasi dan Informastika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggungjawab Penyedia Platform Pedagang *(merchant)* Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Berbentuk *User Generated Content.*

Vol. 15, No. 2, 2022
ISSN: 2654-7856 (Online)
ISSN: 1829-7935 (Print)

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia* (Nusa Media 2019).

Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar* (Pustaka Yustitia 2010).

Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk. *Buku Ajar Hak Kekayaan* Intelektual (Deepublish 2016).

Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI* (Refika Aditama 2018).

Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Pustaka Baru Press 2016).

Ni Ketut Supasti Dharmawan, *Harmoni Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia* (Swasta Nulus 2018).

H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intelectual Property Rights)* (PT. Raja Grafindo Persada 2010).

Indri Winarsih dan Firya Oktaviarni, 'Tanggungjawab Penyedia Layanan Aplikasi Marketplace Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Provinsi Jambi' (2021) II Zaaken: Jorunal of Civil; and Bussiness Law.

Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, 'Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam *Marketplace*' (2020) VIII Jurnal Privat Law.

Ade Rossa Jibriliastiti dan Rudi Cahyono, 'Gambaran Gaya Hidup *Brand Minded* Pada Remaja Putri' (2018) VII Jurnal Psikologi Pendidikan dan perkembangan.

Hessa Arteja dan Christine S.T. Kansil, 'Analisis Pengawasan Penyelenggaea Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) Dalam Mengawasi Fenomena Barang Palsu Di Platform *Marketplace*' (2020) III Jurnal Hukum Adigama.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 19 tahun 2018 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi *Online.*

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggungjawab Penyedia Platform Pedagang (*Merchant)* Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk *User Generated Content.*

Indira Nurul Anjani, 'Jual Barang Palsu Di Marketplace, Penyedia Ikut Bertanggungjawab Gak Sih? (SmartLegal.id, 2021)<https://smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2021/07/22/jual-barang-palsu-di-marketplace-penyedia-ikut-bertanggung-jawab-gak-sih/>diakses pada 08 Januari 2022.