


## Tinjauan Yuridis Mekanisme Pengawasan Dan Penanganan Sengketa Pelanggaran Merek Di Marketplace Digital di Indonesia

I Gusti Agung Ngurah Gede Wisnu Wardhana<sup>1</sup>, I Gede Agus Kurniawan<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Hukum Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia.

 : gedeaguskurniawan@undiknas.ac.id

Corresponding Author\*



### Abstract

The rapid development of digital commerce in Indonesia through online marketplaces has posed significant challenges to the protection of intellectual property rights, particularly trademarks. Trademark infringements in the form of counterfeit product sales and unauthorized use of marks are increasingly prevalent, while the mechanisms for supervision and dispute resolution remain less than effective. This situation is further complicated by the ambiguity regarding the legal liability of electronic system providers (marketplaces) as stipulated under the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE), creating a legal grey area when juxtaposed with the Trademark and Geographical Indications Law. This study aims to examine the juridical mechanisms of supervision and the forms of dispute resolution for trademark infringements in digital marketplaces, as well as to analyze the implications of unclear marketplace liability under the UU ITE. The research employs a normative legal method with a statute-based approach, focusing on the review of relevant legislation, scholarly literature, and judicial decisions. The findings reveal that although the Trademark Law provides a legal basis for protection and dispute settlement through both litigation and non-litigation mechanisms, its implementation within digital marketplaces remains weak due to the absence of explicit provisions concerning marketplace liability. This lack of clarity generates a legal vacuum that potentially undermines certainty for trademark holders, consumers, and the marketplaces themselves. The originality of this research lies in its critical analysis of the grey area between the UU ITE and the Trademark Law, a subject rarely explored in prior studies, and in highlighting the urgency of regulatory harmonization to strengthen trademark protection within Indonesia's digital trade ecosystem.

**Keywords:** Trademark infringement; Digital Marketplace; Electronic System Operator.

### Abstrak

Perkembangan perdagangan digital di Indonesia melalui marketplace telah menghadirkan tantangan serius terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya merek. Fenomena pelanggaran merek dalam bentuk penjualan produk palsu atau penggunaan merek tanpa izin marak terjadi, sementara mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa belum sepenuhnya efektif. Kondisi ini diperparah oleh ketidakjelasan batas tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik (marketplace) yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sehingga menimbulkan *grey area* hukum ketika dihadapkan dengan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji mekanisme yuridis pengawasan serta bentuk penyelesaian sengketa pelanggaran merek di marketplace digital, sekaligus menganalisis implikasi ketidakjelasan tanggung jawab marketplace menurut UU ITE. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) melalui penelaahan peraturan perundang-undangan, literatur akademik, dan putusan pengadilan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun UU Merek telah memberikan dasar perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, pelaksanaannya di marketplace digital masih lemah karena tidak ada ketentuan tegas mengenai tanggung jawab marketplace. Ketidakjelasan tersebut menciptakan celah hukum yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian bagi pemilik merek, konsumen, dan marketplace sendiri. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis kritis mengenai *grey area* antara UU ITE dan UU Merek, yang belum banyak diulas dalam penelitian sebelumnya, serta urgensi harmonisasi regulasi untuk memperkuat perlindungan hukum dalam perdagangan digital Indonesia.

**Kata Kunci:** Pelanggaran Merek; Marketplace Digital; Penyelenggara Sistem Elektronik.

Kirim: 2025-02-27

Revisi: 2025-04-09

Terima: 2025-04-27

Terbit: 2025-04-30

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah menghadirkan transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya di bidang ekonomi dan perdagangan. Digitalisasi mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi, dari yang semula mengandalkan interaksi langsung secara konvensional menuju aktivitas berbasis daring.<sup>1</sup> Fenomena ini tampak nyata dengan berkembangnya platform marketplace digital yang menjadi ruang utama interaksi antara penjual dan pembeli.<sup>2</sup> Kehadiran marketplace memberikan kemudahan, efisiensi, serta akses pasar yang lebih luas, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi digital nasional.<sup>3</sup> Namun, di balik peluang besar tersebut, muncul pula tantangan berupa risiko pelanggaran hukum, khususnya terkait hak kekayaan intelektual seperti merek, yang sering kali sulit dikendalikan dalam ruang siber.

Merek memiliki fungsi vital dalam dunia perdagangan, tidak hanya sebagai tanda pembeda suatu produk atau jasa, tetapi juga sebagai representasi kualitas, identitas, dan reputasi pelaku usaha.<sup>4</sup> Di era digital, peran merek semakin penting karena menjadi instrumen utama dalam membangun kepercayaan konsumen di tengah persaingan pasar yang sangat ketat. Produk dengan merek yang kuat cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen, sehingga memiliki nilai ekonomi yang tinggi.<sup>5</sup> Namun demikian, nilai strategis merek inilah yang kemudian menimbulkan berbagai praktik pelanggaran, seperti penggunaan merek tanpa izin, pemalsuan, hingga peniruan secara sengaja untuk mendapatkan keuntungan secara tidak sah. Praktik semacam ini tidak hanya merugikan pemilik hak atas merek, tetapi juga berpotensi menyesatkan konsumen dan merusak iklim persaingan usaha yang sehat. Tujuan perlindungan merek dimaksudkan untuk membagikan proteksi hukum kepada hak moral serta ekonomi dari para pencipta dalam ciptaan mereka serta hak-hak publik buat mengakses kreasi tersebut, dan yang kedua merupakan buat mempromosikan kreativitas serta penyebaran serta pelaksanaan hasil kreativitas manusia serta buat mendesak perdagangan yang adil yang hendak berkontribusi pada pembangunan ekonomi serta sosial.<sup>6</sup> Pelanggaran merek di ruang digital memiliki kompleksitas dibanding dengan pelanggaran di dunia offline. Karakteristik transaksi daring yang serba cepat, lintas wilayah, dan melibatkan banyak pihak membuat upaya pengawasan menjadi jauh lebih sulit. Marketplace digital memungkinkan siapa saja, termasuk pelaku usaha kecil dan individu, untuk menawarkan

<sup>1</sup> Jeffriansyah Dwi Sahputra Amory, Muhtar Mudo, and Rhena J, "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet," *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28-37, <https://doi.org/10.33395/JMP.V14I1.14608>.

<sup>2</sup> Nazwah Ramadhani et al., "Pemanfaatan Marketplace Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Sarana Komunikasi Di Era Digital," *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 2, no. 2 (2025): 20-20, <https://doi.org/10.47134/JBKD.V2I2.3560>.

<sup>3</sup> Maia Alya Lestari and Tomy Dwi Cahyono, "Pengaruh Marketplace, Sistem Pembayaran Digital, Dan Strategi Promosi Terhadap Pertumbuhan Penjualan Umkm Di Era Ekonomi Berbasis Platform," *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 10, no. 01 (2025): 221-40, <https://doi.org/10.23969/JP.V10I01.30803>.

<sup>4</sup> Ardiansyah A, Dwi Atmoko, and Melanie Pita Lestari, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak Merek Yang Sudah Terdaftar," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 6 (2024): 231-38, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10523827>.

<sup>5</sup> Dinda Ayu Lestari et al., "Analisis Tentang Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Suatu Produk Berdasarkan Merknya," *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum* 2, no. 3 (2025): 231-37, <https://doi.org/10.60126/SAINMIKUM.V2I3.1061>.

<sup>6</sup> I Gede Agus Kurniawan, "Sosialisasi Cara Mendaftarkan Merek Dagang Di Kedisan Kintamani," *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2021): 87-96, <https://doi.org/10.38043/PARTA.V2I2.3289>.

barang atau jasa secara terbuka tanpa proses verifikasi yang ketat. Kondisi ini memunculkan celah bagi pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk memperdagangkan produk bermerek palsu atau menggunakan merek terdaftar tanpa izin. Di sisi lain, keterbatasan kemampuan konsumen dalam membedakan keaslian produk membuat pelanggaran merek semakin sulit dicegah.<sup>7</sup> Situasi ini menuntut adanya mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa yang jelas, efektif, dan sesuai dengan kerangka hukum yang berlaku.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di Asia Tenggara menghadapi tantangan besar dalam menata regulasi terkait perlindungan merek di marketplace digital.<sup>8</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis secara normatif telah memberikan landasan hukum bagi perlindungan merek. Dalam praktiknya, pelaksanaan pengawasan dan penegakan hukum di ranah digital sering menemui kendala. Permasalahan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya koordinasi antar lembaga, dan belum optimalnya peran marketplace dalam mencegah serta menangani pelanggaran merek kerap kali menjadi hambatan.<sup>9</sup> Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas regulasi yang ada serta sejauh mana mekanisme yang tersedia mampu menjawab tantangan baru dalam era perdagangan digital.

Marketplace digital pada dasarnya bukan hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga memegang tanggung jawab moral dan hukum dalam menjaga keadilan bagi seluruh pengguna.<sup>10</sup> Sebagai perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli, marketplace memiliki posisi strategis untuk mencegah peredaran produk bermerek palsu atau ilegal.<sup>11</sup> Beberapa platform besar telah menerapkan kebijakan internal berupa sistem pelaporan, verifikasi penjual, serta algoritma pendeteksi konten pelanggaran merek.<sup>12</sup> Namun, efektivitas kebijakan internal ini sering kali dipertanyakan karena masih banyak ditemukan kasus pelanggaran yang lolos dari pengawasan.<sup>13</sup> Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dengan praktik di lapangan, yang justru memperlemah perlindungan hukum terhadap pemilik merek, tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi perdagangan digital berimplikasi pada semakin kompleksnya sengketa merek yang terjadi. Sengketa pelanggaran merek di marketplace digital bukan hanya menyangkut kepentingan pelaku usaha lokal, tetapi juga melibatkan perusahaan multinasional dengan basis merek global.<sup>14</sup> Sengketa ini sering terjadi lintas yurisdiksi

---

<sup>7</sup> Ahmad Haris and Levina Yustitiantingtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu," *ACADEMOS Jurnal Hukum Dan Tata Sosial* 3, no. 2 (2024): 67–87, <https://doi.org/10.30651/ACA.V3I2.22317>.

<sup>8</sup> Alexander Kennedy and Franciscus Xaverius Wartoyo, "Perlindungan Merek Dagang Pada Platform E-Commerce Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif HAM," *JIPRO: Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024): 94–119, <https://doi.org/10.20885/JIPRO.VOL7.ISS2.ART1>.

<sup>9</sup> Resmina Sinaga et al., "Pengawasan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Dalam Hukum Bisnis," *MASMAN Master Manajemen* 3, no. 2 (2025): 98–112, <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.821>.

<sup>10</sup> Alexander Kennedy, "Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital," *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 2, no. 4 (2024): 2024–2988, <https://doi.org/10.61292/ELJBN.243>.

<sup>11</sup> Noerhadi Priyatna, Dian Ekawaty Ismail, and Taufik Zulfikar Sarson, "Implementasi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Terhadap Penjualan Sepatu KW/Imitasi Di Kota Gorontalo," *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2024): 100–124, <https://doi.org/10.55606/JHPIS.V3I1.3159>.

<sup>12</sup> Rania Aisya Saudira, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk)," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 2 (2024): 5195–5210, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7134>.

<sup>13</sup> Vika Husnul Khotimah and Rani Apriani, "Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pembongcengan Reputasi (Passing Off) Merek Terkenal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 20 (2022): 398–408, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7243144>.

<sup>14</sup> Halaman Jurnal, Raden Naila Nadira Mahali Soelianegara, and Najwa Aulia Nabila, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Dari Tindakan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Era Digital," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu* 2, no. 3 (2025): 22–28, <https://doi.org/10.69714/H2X6S007>.

negara, sehingga menimbulkan persoalan mengenai hukum mana yang berlaku serta mekanisme penyelesaiannya. Dalam konteks Indonesia, masalah ini semakin krusial karena keterbatasan sistem hukum domestik dalam menjangkau pelanggaran lintas batas, sementara transaksi daring tidak mengenal batas geografis. Hal ini menuntut adanya sinergi antara regulasi nasional, kebijakan internasional, serta peran aktif dari marketplace digital itu sendiri.

Selain itu, permasalahan pelanggaran merek di marketplace digital juga menimbulkan dampak serius terhadap kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan daring. Konsumen yang merasa dirugikan akibat membeli produk palsu atau ilegal akan kehilangan kepercayaan, baik terhadap penjual maupun terhadap platform marketplace.<sup>15</sup> Kondisi ini dapat menurunkan minat masyarakat untuk melakukan transaksi secara digital, yang pada akhirnya menghambat perkembangan ekonomi digital nasional. Dengan demikian, pengawasan dan penanganan sengketa merek bukan hanya berkaitan dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, tetapi juga memiliki dimensi strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi serta kepercayaan konsumen.

Minimnya kesadaran hukum masyarakat, baik dari sisi konsumen maupun pelaku usaha juga menjadi faktor semakin kompleksnya permasalahan ini. Masih banyak pelaku usaha kecil yang tidak memahami pentingnya pendaftaran merek, sehingga mereka rentan menjadi korban pelanggaran. Di sisi lain, sebagian konsumen lebih mengutamakan harga murah tanpa mempertimbangkan aspek legalitas merek yang melekat pada produk. Kurangnya literasi hukum ini berakibat pada meningkatnya peluang pelanggaran merek, sementara mekanisme pengawasan formal dari pemerintah sering kali tidak mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Oleh sebab itu, perlu adanya mekanisme pengawasan yang tidak hanya bersifat represif melalui penegakan hukum, tetapi juga preventif dengan melibatkan edukasi dan kesadaran publik.

Urgensi penelitian mengenai mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa pelanggaran merek di marketplace digital Indonesia semakin nyata apabila dikaitkan dengan visi pemerintah dalam mewujudkan ekosistem ekonomi digital yang sehat dan berdaya saing. Tanpa adanya kepastian hukum yang jelas dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, Indonesia berisiko menghadapi masalah serius berupa meningkatnya pelanggaran hak kekayaan intelektual. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha pemilik merek, tetapi juga terhadap reputasi Indonesia di mata investor global. Dalam era keterbukaan perdagangan, kepastian hukum merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam iklim investasi. Oleh karena itu, penelitian mengenai hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penguatan sistem hukum nasional sekaligus menjadi masukan dalam pembentukan kebijakan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dengan demikian, pembahasan mengenai tinjauan yuridis mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa pelanggaran merek di marketplace digital di Indonesia menjadi sangat relevan. Kompleksitas persoalan yang muncul akibat perkembangan teknologi menuntut adanya analisis yang lebih mendalam terhadap regulasi yang berlaku, praktik implementasi, serta hambatan yang dihadapi. Urgensi ini tidak hanya bersifat teoritis dalam pengembangan ilmu hukum, tetapi juga memiliki dimensi praktis dalam upaya menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

---

<sup>15</sup> Haris and Yustitianiingtyas, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu:"

Perlindungan merek di marketplace digital merupakan fondasi penting untuk membangun kepercayaan publik sekaligus memperkuat daya saing ekonomi Indonesia di tingkat global. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana mekanisme yuridis pengawasan dan bentuk penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran merek yang terjadi di marketplace digital Indonesia?; 2) Bagaimana implikasi ketidakjelasan batas tanggung jawab hukum penyelenggara sistem elektronik (marketplace) terhadap tindakan pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku usaha menurut UU ITE?.

Penelitian yang dilakukan oleh Gabriella P.M. Tutuarima dan Hadi Tuasikal dalam *Journal of Dual Legal Systems* menyoroti pentingnya mekanisme penyelesaian sengketa alternatif (ADR) dalam menangani pelanggaran merek yang terjadi di platform e-commerce. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ADR dapat menjadi solusi efektif di luar jalur litigasi, terutama karena sifatnya yang lebih cepat, efisien, dan fleksibel dibandingkan dengan proses peradilan. Fokus kajian berada pada bagaimana mekanisme ADR dapat dijadikan sarana perlindungan merek yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan praktik perdagangan digital di Indonesia.<sup>16</sup>

Sementara itu, penelitian oleh Syahrul Akbar Syaifulloh dalam *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* menitikberatkan pada analisis normatif terhadap efektivitas perlindungan hukum merek dalam kasus konkret yang terjadi di salah satu marketplace besar, yakni Shopee. Penelitian ini membahas bagaimana ketentuan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis diterapkan dalam menghadapi praktik pelanggaran merek di platform tersebut, serta sejauh mana mekanisme yang ada dapat memberikan perlindungan hukum yang nyata kepada pemilik merek. Dengan demikian, penelitian ini bersifat lebih spesifik dan studi kasus, berbeda dengan penelitian Tutuarima dan Tuasikal yang menyoroti jalur alternatif penyelesaian sengketa secara umum.<sup>17</sup>

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya membahas aspek perlindungan hukum merek, tetapi juga menitikberatkan pada mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa pelanggaran merek di marketplace digital secara sistematis dalam konteks Indonesia. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menyoroti penyelesaian sengketa melalui ADR atau analisis normatif dalam kasus tertentu, penelitian ini berusaha memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai integrasi antara regulasi, peran marketplace, serta efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa yang ada. Hal ini menjadikan penelitian ini relevan dalam memberikan kontribusi akademik sekaligus praktis untuk menjawab tantangan perlindungan merek di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mekanisme yuridis pengawasan terhadap pelanggaran merek di marketplace digital Indonesia serta menilai efektivitas penyelesaian sengketa yang tersedia dalam memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis implikasi ketidakjelasan tanggung jawab marketplace menurut UU ITE agar tercipta ekosistem perdagangan digital yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

---

<sup>16</sup> Gabriella P.M Tutuarima and Hadi Tuasikal, "Peran Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Melindungi Merek Di Platform E-Commerce Indonesia," *Journal of Dual Legal Systems* 2, no. 2 (2025): 102-20, <https://doi.org/10.58824/jdls.v2i2.395>.

<sup>17</sup> Syahrul Akbar Syaifulloh, "Analisis Yuridis Tentang Perlindungan Hak Merek Dalam Era Digital: Studi Kasus Tentang Pelanggaran Hak Merek Di Platform Marketplace Shopee," *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* 17 (2024): 433-37, <https://doi.org/10.30595/PSSH.V17I.1166>.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menelaah berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan merek, mekanisme pengawasan, serta penyelesaian sengketa pelanggaran merek di marketplace digital di Indonesia. Teknik pengolahan data dilakukan melalui inventarisasi, klasifikasi, dan sistematisasi bahan hukum primer berupa undang-undang dan peraturan terkait, serta bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan secara kualitatif yuridis, yaitu dengan mengkaji isi norma hukum yang berlaku untuk kemudian diinterpretasikan dan dihubungkan secara logis sehingga diperoleh gambaran menyeluruh mengenai efektivitas mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa merek di marketplace digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme yuridis pengawasan dan penyelesaian sengketa pelanggaran merek di marketplace digital Indonesia merupakan kombinasi antara regulasi pemerintah, kewajiban marketplace, serta pilihan jalur litigasi maupun non-litigasi. Tantangan utamanya terletak pada efektivitas implementasi hukum, keterbatasan pengawasan teknis, serta kesadaran hukum masyarakat. Ketidakjelasan batas tanggung jawab marketplace dalam UU ITE dan ketiadaan sinkronisasi dengan UU Merek menciptakan kekaburan hukum yang merugikan banyak pihak. Implikasi yang timbul antara lain adalah lemahnya perlindungan hukum bagi pemilik merek, potensi penyalahgunaan *safe harbor*, hingga berkurangnya kepercayaan konsumen dan investor.

### A. Pengawasan Dan Bentuk Penyelesaian Sengketa Terhadap Pelanggaran Merek Yang Terjadi Di Marketplace Digital Indonesia

Kekayaan intelektual merupakan kekayaan tak berwujud yang diciptakan melalui kecerdikan atau kreativitas manusia yang memiliki nilai ekonomi, salah satunya yakni merek.<sup>18</sup> Pengawasan terhadap pelanggaran merek di marketplace digital pada prinsipnya dilandaskan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan kerangka hukum mengenai hak eksklusif pemilik merek serta konsekuensi hukum bagi pihak yang melanggar. Dalam konteks marketplace digital, pengawasan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga memerlukan implementasi teknis yang melibatkan berbagai pihak. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) berperan sebagai otoritas utama dalam verifikasi dan perlindungan merek.<sup>19</sup> Regulasi menjadi dasar penting dalam memastikan setiap pelaku usaha digital menghormati hak kekayaan intelektual.

Keterlibatan pemerintah dalam pengawasan pelanggaran merek tidak berhenti pada DJKI saja, melainkan juga melibatkan lembaga lain seperti Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kementerian Perdagangan, melalui pengaturan perdagangan berbasis elektronik, memiliki kewenangan untuk menertibkan pelaku usaha

<sup>18</sup> I Gede Agus Kurniawan et al., "Utilitarianism Versus Communalism: A Legal Theory Analysis of Intellectual Property Rights Ethics in Global North and South," *Jambe Law Journal* 8, no. 1 (2025): 229–54, <https://doi.org/10.22437/HOME.V8I1.450>.

<sup>19</sup> Krismon Febianto, "Peran Kebijakan Pemerintah Terhadap Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digitalisasi Bisnis," *Jurnal Ilmiah Advokasi* 13, no. 2 (2025): 428–39, <https://doi.org/10.36987/JIAD.V13I2.6320>.

daring yang tidak memenuhi ketentuan hukum.<sup>20</sup> Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika berperan dalam pemblokiran akses terhadap situs atau akun marketplace yang terbukti melakukan pelanggaran.<sup>21</sup> Koordinasi antar lembaga ini menunjukkan bahwa pengawasan pelanggaran merek di ruang digital membutuhkan kolaborasi lintas sektor. Namun dalam praktiknya, koordinasi ini sering menghadapi kendala birokrasi dan perbedaan kewenangan.

Marketplace digital memiliki kewajiban hukum untuk mendukung upaya pengawasan tersebut. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Usaha Perdagangan melalui Sistem Elektronik, yang mewajibkan marketplace untuk menerapkan mekanisme verifikasi penjual serta menyediakan sarana pelaporan pelanggaran merek. Dengan adanya aturan ini, marketplace tidak lagi dipandang sekadar sebagai perantara transaksi, melainkan juga sebagai pihak yang bertanggung jawab menjaga keadilan dan transparansi perdagangan.<sup>22</sup> Marketplace yang gagal menindaklanjuti laporan pelanggaran merek dapat dinilai lalai dalam memenuhi kewajiban hukumnya. Oleh karena itu, marketplace harus mengembangkan kebijakan internal yang selaras dengan hukum positif.

Selain pengawasan administratif dan kewajiban marketplace, mekanisme pengawasan juga diperkuat oleh peran aparat penegak hukum. Kepolisian Republik Indonesia dan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) bidang kekayaan intelektual memiliki kewenangan untuk melakukan penyelidikan terhadap dugaan pelanggaran merek, termasuk yang terjadi di ranah digital.<sup>23</sup> Pelanggaran yang bersifat pidana dapat diproses melalui jalur hukum dengan ancaman sanksi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Merek. Mekanisme ini penting untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang secara sengaja memperdagangkan produk bermerek palsu atau menggunakan merek tanpa izin. Namun, keterbatasan teknologi dan sumber daya sering kali membuat penegakan hukum tidak berjalan optimal.

Mekanisme pengawasan tersebut memiliki dua dimensi, yakni preventif dan represif. Preventif dilakukan melalui edukasi publik, sosialisasi aturan hukum, serta sistem verifikasi penjual yang ketat di marketplace digital.<sup>24</sup> Sedangkan represif diwujudkan melalui penurunan konten pelanggaran, pemblokiran akun penjual, serta proses hukum pidana dan perdata terhadap pelaku pelanggaran.<sup>25</sup> Kedua dimensi ini saling melengkapi agar pengawasan tidak hanya bersifat menghukum, tetapi juga mencegah pelanggaran sejak awal. Dalam konteks marketplace digital yang perputaran transaksinya cepat,

---

<sup>20</sup> Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia," *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial* 1, no. 4 (2023): 51-67, <https://doi.org/10.51903/HAKIM.V1I4.1440>.

<sup>21</sup> Tiara Bastari Putri, Sinta Dewi, and Enni Soerjati Priowirjanto, "Aspek Hukum Praktik Penghapusan Akun Pengguna Sistem Elektronik Secara Sepihak Untuk Memoderasi Konten Oleh Marketplace Menurut Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat," *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 4, no. 1 (2025): 10-27, <https://doi.org/10.55606/JHPIS.V4I1.4550>.

<sup>22</sup> Sri Dono Saputra, "Upaya Hukum Konsumen Korban Transaksi Online Di Marketplace Facebook Dalam Perspektif Perdata," *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 23, no. 2 (2024): 90-99, <https://doi.org/10.32816/PARAMARTA.V23I2.545>.

<sup>23</sup> Augustian Thomas Jongker Zougira, Deizen Devens Rompas, and Herlyanty Yuliana A. Bawole, "Peran Penyidik Pegawai Negeri Sipil Kekayaan Intelektual Terhadap Pembajakan Film Animasi Atau Kartun Khas Jepang Di Tinjau Dari Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," *Lex Privatum* 15, no. 5 (2025), <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/61899>.

<sup>24</sup> Khaerul Bahrhan and Trubus Rahardihsah, "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Kasus Penipuan Marketplace Di Indonesia," *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 6 (2025): 922-31, <https://doi.org/10.71282/JURMIE.V2I6.579>.

<sup>25</sup> Achmad Achfas Jangki Dausat, Kristina Sulatri, and Dwi Budiarti, "Perlindungan Hukum Bagi Penjual Terkait Ulasan Yang Dibagikan Melalui Media Sosial," *YURIJAYA, Jurnal Ilmiah Hukum* 6, no. 3 (2024): 347-66.

mekanisme preventif menjadi lebih penting untuk meminimalisir potensi kerugian. Dengan demikian, pengawasan yang ideal harus mengintegrasikan kedua pendekatan tersebut.

Selain mekanisme pengawasan, penyelesaian sengketa pelanggaran merek di marketplace digital dapat ditempuh melalui jalur litigasi. Jalur litigasi dilakukan dengan mengajukan gugatan ke pengadilan niaga, baik untuk menuntut ganti rugi maupun menghentikan perbuatan pelanggaran. Pengadilan niaga berwenang mengadili perkara merek, termasuk yang berkaitan dengan pelanggaran di marketplace digital. Proses litigasi dianggap memberikan kepastian hukum karena keputusannya bersifat mengikat dan final. Akan tetapi, jalur ini sering kali dipandang kurang efektif karena membutuhkan waktu yang lama serta biaya yang relatif tinggi. Hambatan ini membuat sebagian besar pemilik merek enggan menempuh jalur litigasi.

Alternatif lain adalah penyelesaian sengketa non-litigasi yang bersifat lebih fleksibel. Marketplace besar biasanya menyediakan mekanisme *notice and takedown procedure*, yaitu prosedur pelaporan pelanggaran merek yang diajukan oleh pemilik merek dan diverifikasi oleh pengelola marketplace.<sup>26</sup> Apabila laporan terbukti benar, marketplace dapat menghapus konten pelanggaran atau menutup akun penjual yang bersangkutan. Prosedur ini lebih cepat dibandingkan jalur litigasi, meskipun tidak selalu menyelesaikan konflik secara komprehensif. Selain itu, pihak yang dirugikan juga dapat menempuh arbitrase atau mediasi sebagai bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Mekanisme non-litigasi ini semakin relevan dalam menghadapi pelanggaran merek yang sifatnya lintas batas.

Penyelesaian sengketa non-litigasi dianggap lebih adaptif dengan karakteristik perdagangan digital yang dinamis. Kecepatan menjadi faktor utama, karena kerugian pemilik merek bisa semakin membesar jika pelanggaran tidak segera dihentikan. Dengan adanya sistem internal marketplace, pemilik merek tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan respon, meskipun penyelesaian ini tidak selalu memberikan kompensasi finansial. Namun, efektivitas mekanisme non-litigasi bergantung pada komitmen marketplace dalam menegakkan aturan serta transparansi dalam memproses laporan. Oleh karena itu, sinergi antara hukum nasional dan kebijakan internal marketplace menjadi kunci dalam menciptakan perlindungan hukum yang efektif.

Persoalan lain yang muncul dalam penyelesaian sengketa adalah adanya keterbatasan yurisdiksi hukum nasional dalam menjangkau pelanggaran lintas batas. Marketplace digital memungkinkan pelaku usaha dari berbagai negara untuk memperdagangkan produk mereka di Indonesia. Dalam hal ini, sengketa merek dapat melibatkan pihak asing yang tunduk pada hukum berbeda. Undang-Undang Merek memang memberikan dasar hukum di tingkat nasional, namun efektivitasnya menjadi terbatas ketika berhadapan dengan pelanggaran internasional. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama internasional serta pengakuan terhadap prinsip-prinsip hukum perdagangan global. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan merek di era digital tidak hanya menjadi isu domestik, tetapi juga transnasional.

Mekanisme yuridis pengawasan dan penyelesaian sengketa pelanggaran merek di marketplace digital Indonesia merupakan kombinasi antara regulasi pemerintah, kewajiban marketplace, serta pilihan jalur litigasi maupun non-litigasi. Tantangan utamanya terletak pada efektivitas implementasi hukum, keterbatasan pengawasan teknis, serta kesadaran

---

<sup>26</sup> Aditya Prastian Supriyadi, "Interpolasi Perlindungan Hak Cipta Berbasis Hak Moral Dan Ekonomi Melalui Lisensi Di Media Sosial," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 18, no. 3 (2024): 290, <https://doi.org/10.30641/KEBIJAKAN.2024.V18.273-290>.

hukum masyarakat. Untuk itu, diperlukan upaya yang konsisten dalam memperkuat regulasi, meningkatkan kapasitas institusi, serta membangun budaya hukum yang menghargai hak kekayaan intelektual. Dengan mekanisme yang lebih efektif, perlindungan merek di marketplace digital dapat terwujud, sehingga mendorong terciptanya ekosistem perdagangan digital yang sehat, adil, dan berdaya saing.

## **B. Implikasi Ketidakjelasan Batas Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Sistem Elektronik (Marketplace) Terhadap Tindakan Pelanggaran Merek Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Menurut UU ITE**

Hak kekayaan intelektual memainkan peran penting secara global dalam mendorong inovasi, kreativitas dan pertumbuhan ekonomi dengan memberikan hak eksklusif kepada kreator, inovator dan pemegang merek atas karya atau invensi mereka.<sup>27</sup> Perlindungan merek di era digital pada dasarnya bertumpu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menegaskan hak eksklusif pemilik merek. UU Merek memberikan sanksi perdata maupun pidana kepada pihak yang melakukan pelanggaran, termasuk penggunaan tanpa izin, peniruan, dan pemalsuan merek.<sup>28</sup> Namun, regulasi tersebut lebih menekankan pada hubungan langsung antara pemilik merek dengan pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Dalam praktik perdagangan digital, relasi tersebut tidak sesederhana itu karena pelanggaran sering kali terjadi melalui marketplace sebagai perantara. Di sinilah muncul perdebatan apakah marketplace turut memikul tanggung jawab hukum atau hanya berfungsi sebagai sarana netral.

UU ITE hadir untuk memberikan kerangka hukum atas aktivitas transaksi elektronik dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik (PSE). Pasal 15 UU ITE menegaskan bahwa PSE wajib menyelenggarakan sistem elektronik secara andal, aman, serta bertanggung jawab terhadap berfungsinya sistem tersebut.<sup>29</sup> Akan tetapi, rumusan pasal ini tidak secara eksplisit menjelaskan apakah tanggung jawab tersebut meliputi perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual yang dilanggar melalui sistem. Akibatnya, terdapat kekosongan norma dalam menentukan apakah marketplace dapat dimintai tanggung jawab atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh penggunanya. Kekosongan inilah yang menimbulkan kondisi *grey area* antara UU ITE dan UU Merek.

Ketidakjelasan tanggung jawab marketplace menimbulkan persoalan bagi pemilik merek yang mengalami kerugian akibat pelanggaran. Dalam jalur hukum, pemilik merek cenderung diarahkan untuk menuntut pelaku usaha yang secara langsung memperdagangkan barang palsu atau melanggar merek. Namun, pelaku usaha tersebut sering kali bersifat anonim, sulit dilacak, atau tidak memiliki kapasitas finansial untuk mengganti kerugian. Sementara itu, marketplace sebagai pihak yang memperoleh keuntungan dari transaksi justru tidak mudah dituntut karena tidak ada dasar hukum yang jelas. Kondisi ini melemahkan perlindungan hukum yang seharusnya diberikan secara efektif kepada pemilik merek.

Dari perspektif hukum administrasi, marketplace memang diwajibkan untuk menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran melalui Peraturan Menteri Perdagangan

---

<sup>27</sup> I Gede Agus Kurniawan et al., "Intellectual Property Rights and Ethics: A Comparison of Philosophical Approaches in Northern and Southern Countries," *Kosmik Hukum* 25, no. 1 (2025): 106–23, <https://doi.org/10.30595/KOSMIKHUKUM.V25I1.24489>.

<sup>28</sup> Moh. Fahrial Amrulla, "Urgensi Pengaturan Sanksi Pidana Terhadap Pelanggaran Nama Orang, Foto, Dan Badan Hukum Terkenal Dalam Rezim Hukum Merek Di Indonesia," *Jurnal Esensi Hukum* 7, no. 1 (2025): 28–40, <https://doi.org/10.35586/JSH.V7I1.430>.

<sup>29</sup> Nathania Salsabila Marikar Sahib, Soesi Idayanti, and Kanti Rahayu, "Problematika Aturan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Di Indonesia," *Pancasakti Law Journal (PLJ)* 1, no. 1 (2023): 61–74, <https://doi.org/10.24905/PLJ.V1I1.8>.

Nomor 50 Tahun 2020. Regulasi ini mewajibkan marketplace memfasilitasi sistem verifikasi penjual dan menyediakan kanal pengaduan bagi pemilik merek.<sup>30</sup> Namun, regulasi tersebut tidak menetapkan standar yang tegas mengenai tanggung jawab marketplace apabila mereka lalai atau tidak menindaklanjuti laporan. Dengan demikian, meskipun terdapat kewajiban administratif, konsekuensi hukum bagi marketplace yang abai terhadap laporan pelanggaran merek masih lemah. Hal ini mempertegas adanya kekosongan norma antara UU ITE, UU Merek, dan peraturan pelaksanaannya.

Implikasi dari grey area hukum ini salah satunya adalah potensi terciptanya *safe harbor* yang tidak teratur bagi marketplace.<sup>31</sup> Marketplace dapat berdalih bahwa mereka sekadar penyedia layanan teknologi tanpa kendali atas konten pengguna. Padahal, dalam praktiknya marketplace memiliki otoritas penuh untuk mengatur siapa saja yang dapat berjualan serta produk apa saja yang dapat ditampilkan. Jika dalih *safe harbor* ini diterima tanpa regulasi yang jelas, marketplace dapat lolos dari tanggung jawab meskipun memperoleh keuntungan besar dari transaksi produk bermerek palsu. Situasi ini menciptakan ketidakseimbangan dalam perlindungan hukum, di mana pemilik merek menanggung beban pembuktian yang berat.

Amerika Serikat melalui Digital Millennium Copyright Act (DMCA)<sup>32</sup> dan Uni Eropa melalui E-Commerce Directive telah memberikan kejelasan tanggung jawab penyelenggara platform.<sup>33</sup> Kedua regulasi tersebut menerapkan mekanisme *notice and takedown*, yaitu marketplace atau platform dapat dibebaskan dari tanggung jawab selama mereka menyediakan prosedur yang cepat untuk menurunkan konten bermasalah. Indonesia hingga kini belum memiliki pengaturan sejelas itu, sehingga marketplace berada dalam posisi ambigu: mereka diwajibkan menjaga sistem, tetapi tidak ada aturan eksplisit tentang perlindungan kekayaan intelektual. Ketiadaan mekanisme formal inilah yang membuat posisi marketplace di Indonesia berbeda dengan praktik internasional.

Konsekuensi hukum dari kekosongan ini sangat signifikan terhadap perlindungan konsumen dan pemilik merek. Konsumen yang membeli produk palsu dirugikan karena kualitas barang tidak sesuai, sedangkan pemilik merek kehilangan reputasi dan potensi keuntungan. Namun, pihak yang paling mudah dimintai pertanggungjawaban justru tidak tersentuh secara hukum, yaitu marketplace. Padahal, marketplace adalah pihak yang secara langsung memperoleh keuntungan dari setiap transaksi yang berlangsung di platform mereka. Kesenjangan ini menciptakan ketidakadilan hukum yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam perlindungan hak kekayaan intelektual.

Inkonsistensi juga berpotensi muncul dalam penegakan hukum. Pengadilan dapat berbeda pendapat mengenai apakah marketplace harus turut dimintai pertanggungjawaban. Ada kemungkinan pengadilan menilai marketplace hanya penyedia sistem, namun ada pula yang menganggap marketplace lalai karena tidak melakukan verifikasi atau pengawasan yang memadai. Inkonsistensi ini memperburuk kepastian

---

<sup>30</sup> Saudira, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk)."

<sup>31</sup> Anis Wahyu Hermawan and Yudha Pramana, "Secondary Liability And Safe Harbors For Platform Providers In Indonesian E-Commerce Law," *Scientium Law Review (SLR)* 1, no. 3 (2022): 101–8, <https://doi.org/10.56282/SLR.V1I3.335>.

<sup>32</sup> Martin Husovec, "Rising above Liability: The Digital Services Act as a Blueprint for the Second Generation of Global Internet Rules," *Berkeley Technology Law Journal* 38 (2023), <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/berktech38&id=935&div=&collection=>.

<sup>33</sup> Bram Duivenvoorde, "The Liability of Online Marketplaces under the Unfair Commercial Practices Directive, the E-Commerce Directive and the Digital Services Act," *Journal of European Consumer and Market Law* 11, no. 2 (2022), <https://kluwerlawonline.com/api/Product/CitationPDFURL?file=Journals%5CEuCML%5CEuCML2022009.pdf>.

hukum, sehingga baik pemilik merek maupun marketplace sendiri berada dalam posisi yang tidak menentu. Padahal, kepastian hukum merupakan asas fundamental dalam sistem hukum Indonesia sebagaimana ditegaskan oleh Pasal 1 ayat (3) UUD 1945.

Implikasi lain dari kekaburan norma ini adalah melemahnya daya saing ekonomi digital Indonesia. Investor asing maupun pelaku usaha global cenderung menginginkan jaminan hukum yang jelas sebelum menanamkan modal di suatu negara. Ketidakpastian mengenai perlindungan hak kekayaan intelektual di marketplace dapat menurunkan minat investasi, terutama dari perusahaan berbasis merek yang memiliki nilai tinggi. Tanpa kepastian hukum, marketplace di Indonesia berpotensi menjadi sarang peredaran produk palsu, yang pada akhirnya merusak iklim perdagangan digital nasional. Oleh karena itu, pembenahan regulasi menjadi keharusan mendesak.

Ketidajelasan batas tanggung jawab marketplace dalam UU ITE dan ketiadaan sinkronisasi dengan UU Merek menciptakan kekaburan hukum yang merugikan banyak pihak. Implikasi yang timbul antara lain adalah lemahnya perlindungan hukum bagi pemilik merek, potensi penyalahgunaan *safe harbor*, hingga berkurangnya kepercayaan konsumen dan investor. Solusi yang dapat ditempuh adalah harmonisasi regulasi melalui revisi UU ITE atau pembentukan aturan turunan yang secara eksplisit mengatur tanggung jawab marketplace terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual. Dengan adanya pengaturan yang jelas, ekosistem perdagangan digital Indonesia akan lebih adil, transparan, dan kompetitif di tingkat global.

## KESIMPULAN

Mekanisme yuridis pengawasan terhadap pelanggaran merek di marketplace digital Indonesia pada dasarnya telah diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis, serta diperkuat dengan ketentuan administratif dalam Permendag No. 50 Tahun 2020. Pengawasan dilakukan melalui peran pemerintah, kewajiban marketplace, hingga aparat penegak hukum, dengan pendekatan preventif maupun represif. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui jalur litigasi di pengadilan niaga atau non-litigasi melalui prosedur *notice and takedown* serta alternatif penyelesaian sengketa. Namun, ketidakjelasan batas tanggung jawab marketplace dalam UU ITE menimbulkan *grey area* hukum yang berimplikasi pada lemahnya perlindungan pemilik merek, munculnya potensi *safe harbor* yang tidak teratur, hingga ketidakpastian hukum. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi yang ada masih belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika perdagangan digital. Penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah melakukan harmonisasi regulasi antara UU ITE dan UU Merek, sekaligus menyusun aturan turunan yang secara eksplisit menetapkan tanggung jawab marketplace terhadap pelanggaran merek. Marketplace perlu diberi kewajiban hukum yang lebih tegas untuk memastikan transparansi, verifikasi penjual, serta tindak lanjut cepat atas laporan pelanggaran. Selain itu, Indonesia dapat mengadopsi praktik baik dari yurisdiksi lain, seperti mekanisme *notice and takedown* dalam DMCA Amerika Serikat atau *E-Commerce Directive* Uni Eropa, agar ekosistem perdagangan digital lebih terlindungi dan memiliki kepastian hukum. Dengan langkah tersebut, diharapkan perlindungan merek di marketplace digital Indonesia dapat lebih efektif, adil, dan berdaya saing global.

## REFERENSI

- A, Ardiansyah, Dwi Atmoko, and Melanie Pita Lestari. "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak Merek Yang Sudah Terdaftar." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 6 (2024): 231–38. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10523827>.
- Amory, Jeffriansyah Dwi Sahputra, Muhtar Mudo, and Rhena J. "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet." *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28–37. <https://doi.org/10.33395/JMP.V14I1.14608>.
- Amrulla, Moh. Fahrial. "Urgensi Pengaturan Sanksi Pidana Terhadap Pelanggaran Nama Orang, Foto, Dan Badan Hukum Terkenal Dalam Rezim Hukum Merek Di Indonesia." *Jurnal Esensi Hukum* 7, no. 1 (2025): 28–40. <https://doi.org/10.35586/JSH.V7I1.430>.
- Bahran, Khaerul, and Trubus Rahardiansah. "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Kasus Penipuan Marketplace Di Indonesia." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 6 (2025): 922–31. <https://doi.org/10.71282/JURMIE.V2I6.579>.
- Dausat, Achmad Achfas Jangki, Kristina Sulatri, and Dwi Budiarti. "Perlindungan Hukum Bagi Penjual Terkait Ulasan Yang Dibagikan Melalui Media Sosial." *YURIJAYA, Jurnal Ilmiah Hukum* 6, no. 3 (2024): 347–66.
- Duivenvoorde, Bram. "The Liability of Online Marketplaces under the Unfair Commercial Practices Directive, the E-Commerce Directive and the Digital Services Act." *Journal of European Consumer and Market Law* 11, no. 2 (2022). <https://kluwerlawonline.com/api/Product/CitationPDFURL?file=Journals%5CEuCMML%5CEuCMML2022009.pdf>.
- Febianto, Krismon. "Peran Kebijakan Pemerintah Terhadap Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digitalisasi Bisnis." *Jurnal Ilmiah Advokasi* 13, no. 2 (2025): 428–39. <https://doi.org/10.36987/JIAD.V13I2.6320>.
- Haris, Ahmad, and Levina Yustitiantingtyas. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu." *ACADEMOS Jurnal Hukum Dan Tatahan Sosial* 3, no. 2 (2024): 67–87. <https://doi.org/10.30651/ACA.V3I2.22317>.
- Hermawan, Anis Wahyu, and Yudha Pramana. "Secondary Liability And Safe Harbors For Platform Providers In Indonesian E-Commerce Law." *Scientium Law Review (SLR)* 1, no. 3 (2022): 101–8. <https://doi.org/10.56282/SLR.V1I3.335>.
- Husovec, Martin. "Rising above Liability: The Digital Services Act as a Blueprint for the Second Generation of Global Internet Rules." *Berkeley Technology Law Journal* 38 (2023). <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/berktech38&id=935&div=&collection=>.
- Jurnal, Halaman, Raden Naila Nadira Mahali Soelianegara, and Najwa Aulia Nabila. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Dari Tindakan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Era Digital." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu* 2, no. 3 (2025): 22–28. <https://doi.org/10.69714/H2X6S007>.
- Kennedy, Alexander. "Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital." *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 2, no. 4 (2024):

2024–2988. <https://doi.org/10.61292/ELJBN.243>.

- Kennedy, Alexander, and Franciscus Xaverius Wartoyo. "Perlindungan Merek Dagang Pada Platform E-Commerce Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Ham." *JIPRO: Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024): 94–119. <https://doi.org/10.20885/JIPRO.VOL7.ISS2.ART1>.
- Khotimah, Vika Husnul, and Rani Apriani. "Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Merek Terkenal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 20 (2022): 398–408. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7243144>.
- Kurniawan, I Gede Agus. "Sosialisasi Cara Mendaftarkan Merek Dagang Di Kedisan Kintamani." *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2021): 87–96. <https://doi.org/10.38043/PARTA.V2I2.3289>.
- Kurniawan, I Gede Agus, Putu Aras Samsithawrati, Fradhana Putra Disantara, I Nyoman Budiana, and Briggs Samuel Mawunyo Nutakor. "Utilitarianism Versus Communalism: A Legal Theory Analysis of Intellectual Property Rights Ethics in Global North and South." *Jambe Law Journal* 8, no. 1 (2025): 229–54. <https://doi.org/10.22437/HOME.V8I1.450>.
- Kurniawan, I Gede Agus, Putu Aras Samsithawrati, Fradhana Putra Disantara, Briggs Samuel Mawunyo Nutakor, and Mac Thi Hoai Thuong. "Intellectual Property Rights and Ethics: A Comparison of Philosophical Approaches in Northern and Southern Countries." *Kosmik Hukum* 25, no. 1 (2025): 106–23. <https://doi.org/10.30595/KOSMIKHUKUM.V25I1.24489>.
- Lestari, Dinda Ayu, Intan Dwi Siti Rukmini, Pirliani Pirliani, and Oki Iqbal Khair. "Analisis Tentang Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Suatu Produk Berdasarkan Merknya." *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum* 2, no. 3 (2025): 231–37. <https://doi.org/10.60126/SAINMIKUM.V2I3.1061>.
- Lestari, Maia Alya, and Tomy Dwi Cahyono. "Pengaruh Marketplace, Sistem Pembayaran Digital, Dan Strategi Promosi Terhadap Pertumbuhan Penjualan Umkm Di Era Ekonomi Berbasis Platform." *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 10, no. 01 (2025): 221–40. <https://doi.org/10.23969/JP.V10I01.30803>.
- Mahran, Zahra Afina, and Muhamad Hasan Sebyar. "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia." *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial* 1, no. 4 (2023): 51–67. <https://doi.org/10.51903/HAKIM.V1I4.1440>.
- Priyatna, Noerhadi, Dian Ekawaty Ismail, and Taufik Zulfikar Sarson. "Implementasi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Terhadap Penjualan Sepatu KW/Imitasi Di Kota Gorontalo." *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2024): 100–124. <https://doi.org/10.55606/JHPIS.V3I1.3159>.
- Putri, Tiara Bastari, Sinta Dewi, and Enni Soerjati Priowirjanto. "Aspek Hukum Praktik Penghapusan Akun Pengguna Sistem Elektronik Secara Sepihak Untuk Memoderasi Konten Oleh Marketplace Menurut Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat."

*Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 4, no. 1 (2025): 10–27. <https://doi.org/10.55606/JHPIS.V4I1.4550>.

Ramadhani, Nazwah, Ade Irfany Sugesti, Della Nesha Sagita, and Eko Purwanto. “Pemanfaatan Marketplace Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Sarana Komunikasi Di Era Digital.” *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 2, no. 2 (2025): 20–20. <https://doi.org/10.47134/JBKD.V2I2.3560>.

Resmina Sinaga, Theresia Oppusunggu, Nibenia Telaumbanua, David Situmorang, and Toman Sony Tambunan. “Pengawasan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Dalam Hukum Bisnis.” *MASMAN Master Manajemen* 3, no. 2 (2025): 98–112. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.821>.

Sahib, Nathania Salsabila Marikar, Soesi Idayanti, and Kanti Rahayu. “Problematisasi Aturan Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Di Indonesia.” *Pancasakti Law Journal (PLJ)* 1, no. 1 (2023): 61–74. <https://doi.org/10.24905/PLJ.V1I1.8>.

Saputra, Sri Dono. “Upaya Hukum Konsumen Korban Transaksi Online Di Marketplace Facebook Dalam Perspektif Perdata.” *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 23, no. 2 (2024): 90–99. <https://doi.org/10.32816/PARAMARTA.V23I2.545>.

Saudira, Rania Aisya. “Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus: Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk).” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 2 (2024): 5195–5210. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7134>.

Supriyadi, Aditya Prastian. “Interpolasi Perlindungan Hak Cipta Berbasis Hak Moral Dan Ekonomi Melalui Lisensi Di Media Sosial.” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 18, no. 3 (2024): 290. <https://doi.org/10.30641/KEBIJAKAN.2024.V18.273-290>.

Syaifulloh, Syahrul Akbar. “Analisis Yuridis Tentang Perlindungan Hak Merek Dalam Era Digital: Studi Kasus Tentang Pelanggaran Hak Merek Di Platform Marketplace Shopee.” *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* 17 (2024): 433–37. <https://doi.org/10.30595/PSSH.V17I.1166>.

Tutuarima, Gabriella P.M, and Hadi Tuasikal. “Peran Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Melindungi Merek Di Platform E-Commerce Indonesia.” *Journal of Dual Legal Systems* 2, no. 2 (2025): 102–20. <https://doi.org/10.58824/jdls.v2i2.395>.

Zougira, Augustian Thomas Jongker, Deizen Devens Rompas, and Herlyanty Yuliana A. Bawole. “Peran Penyidik Pegawai Negeri Sipil Kekayaan Intelektual Terhadap Pembajakan Film Animasi Atau Kartun Khas Jepang Di Tinjau Dari Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.” *Lex Privatum* 15, no. 5 (2025). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/61899>.