

Perlindungan Hukum dan Upaya Hukum Bagi Pemilik Merek Atas Penjualan Barang Palsu di Marketplace

Halimah Erikarani¹, Siti Nurhaliza², Devika Tryza Ayodhya³, Meita Fadhilah⁴

Ilmu Hukum, Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

2310631010180@student.unsika.ac.id¹, 2310631010156@student.unsika.ac.id², devika.tryza@fh.unsika.ac.id³, meita.fadhilah@fh.unsika.ac.id⁴

Kata Kunci:

Perlindungan
Hukum, Merek,
Barang Palsu,
Marketplace,
Upaya Hukum

Abstrak

Perkembangan perdagangan elektronik melalui marketplace memudahkan transaksi, tetapi juga membuka peluang peredaran barang palsu yang merugikan pemilik merek dan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum terhadap pemilik merek atas penjualan barang palsu melalui marketplace berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia serta upaya hukum yang dapat ditempuh. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, dengan bahan hukum yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bersama peraturan perdagangan melalui sistem elektronik dan hukum informasi dan transaksi elektronik telah menyediakan dasar perlindungan preventif dan represif yang memadai secara substantif. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena belum ada pengaturan tegas mengenai standar tanggung jawab penyelenggara marketplace, pengawasan yang bersifat reaktif, serta kendala identifikasi penjual, pembuktian, dan penindakan. Upaya hukum yang dapat ditempuh meliputi pengumpulan alat bukti, upaya nonlitigasi (pelaporan dan penurunan penawaran, somasi, negosiasi, mediasi, arbitrase), gugatan perdata ke Pengadilan Niaga, dan pengaduan pidana sebagai delik aduan. Pemilihan upaya hukum perlu disesuaikan dengan karakteristik pelanggaran, kecukupan bukti, dan tujuan perlindungan yang ingin dicapai.

Keyword:

Legal Protection,
Trademark,
Counterfeit Goods,
Marketplace Legal
Remedies

Abstract

The growth of electronic commerce through marketplaces facilitates transactions, but it also creates opportunities for the circulation of counterfeit goods that harm trademark owners and consumers. This study aims to analyze the legal protection of trademark owners against the sale of counterfeit goods on marketplaces under Indonesian laws and regulations, as well as the legal remedies available to them. This research employs a normative legal method with a statute approach and a conceptual approach, with legal materials collected through library research and analyzed qualitatively. The findings show that Law Number 20 of 2016 on Marks and Geographical Indications, together with the regulations on trade through electronic systems and the law on electronic information and transactions, provides a substantively adequate basis for preventive and repressive protection. However, its effectiveness remains limited due to the absence of explicit provisions on the standard of liability of marketplace operators, the reactive nature of supervision, and obstacles in identifying sellers, proving infringement, and enforcing the law. The available legal remedies include collecting evidence, non-litigation efforts (reporting and takedown of listings, warning letters, negotiation, mediation, and arbitration), civil lawsuits before the Commercial Court, and criminal complaints as a complaint-based offense. The choice of remedy should be adjusted to the nature of the infringement, the sufficiency of evidence, and the protection objectives to be achieved.

Information Production:

© 2026 by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam kegiatan perdagangan. Pemanfaatan internet memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara elektronik tanpa mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Salah satu sarana yang berkembang dalam kegiatan tersebut adalah *marketplace*, yaitu platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi perdagangan. Keberadaan marketplace memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk serta memperluas jangkauan konsumen. Namun, perkembangan perdagangan digital juga menimbulkan persoalan hukum, khususnya ketika platform tersebut digunakan untuk memperdagangkan barang yang diduga melanggar hak kekayaan intelektual.

Perubahan pola perdagangan dari transaksi konvensional menuju transaksi elektronik turut memengaruhi perilaku konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Transaksi yang sebelumnya dilakukan

secara langsung kini dapat berlangsung melalui perangkat elektronik dengan pilihan produk dan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Perkembangan tersebut menjadikan belanja daring sebagai salah satu alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Wicaksana menjelaskan bahwa penyelenggaraan perdagangan melalui marketplace berkaitan dengan kewajiban dan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi ketentuan perdagangan melalui sistem elektronik. Dengan demikian, perkembangan perdagangan digital tidak hanya menghadirkan peluang ekonomi, tetapi juga menuntut kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam kegiatan perdagangan melalui marketplace, merek memiliki peran penting sebagai identitas yang membedakan suatu produk dari produk lainnya. Merek juga berkaitan dengan reputasi, kualitas, dan kepercayaan konsumen terhadap barang yang diperdagangkan. Kedudukan tersebut menjadikan merek sebagai salah satu aset tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomi bagi pemiliknya. Sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual, merek memperoleh perlindungan hukum agar penggunaannya tidak dilakukan secara melawan hak dan tidak menimbulkan kerugian bagi pemiliknya. Oleh karena itu, perlindungan merek menjadi semakin penting dalam transaksi daring, ketika konsumen umumnya mengandalkan informasi dan identitas produk yang ditampilkan melalui platform digital.

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 1 angka 1 undang-undang tersebut mendefinisikan merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu, Pasal 3 menentukan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Ketentuan ini menunjukkan penerapan prinsip konstitutif atau *first to file* dalam perolehan hak atas merek, sehingga pendaftaran memiliki kedudukan penting dalam memperoleh perlindungan hukum. Pemilik merek terdaftar juga memperoleh hak eksklusif sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut untuk menggunakan sendiri mereknya atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Meskipun telah terdapat pengaturan mengenai perlindungan merek, penjualan barang palsu melalui marketplace masih menjadi persoalan yang perlu dikaji. Kemudahan dalam membuat akun penjual dan mengunggah penawaran produk memungkinkan barang yang menggunakan merek pihak lain tanpa hak dipasarkan kepada konsumen. Barang tersebut dapat ditawarkan dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan produk asli sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi pemilik merek. Kerugian tersebut tidak terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi merek dan kepercayaan konsumen. Di sisi lain, konsumen menghadapi risiko memperoleh barang yang tidak sesuai dengan informasi produk atau mengira barang palsu sebagai barang asli. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penjualan barang palsu melalui marketplace tidak hanya berkaitan dengan kepentingan pemilik merek, tetapi juga dengan kepastian dan keamanan dalam kegiatan perdagangan elektronik.

Permasalahan tersebut perlu dianalisis dengan memperhatikan hubungan antara hukum merek dan pengaturan perdagangan melalui sistem elektronik. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur perlindungan hak atas merek, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur aspek penyelenggaraan perdagangan elektronik, termasuk penanganan konten informasi elektronik ilegal dan kewajiban pihak yang terlibat sesuai dengan fungsi serta perannya. Oleh karena itu, persoalan hukum dalam penjualan barang palsu melalui marketplace tidak tepat langsung dinyatakan sebagai kekosongan hukum hanya karena Undang-Undang Merek tidak mengatur seluruh aspek operasional marketplace secara terperinci. Persoalan yang perlu ditelaah adalah bagaimana ketentuan yang tersedia diterapkan terhadap pelanggaran merek dalam transaksi elektronik serta bagaimana batas tanggung jawab penjual dan penyelenggara platform ditentukan berdasarkan peraturan yang relevan.

Pada praktiknya, pemilik merek dapat menghadapi sejumlah kendala dalam menindak penjualan barang palsu melalui marketplace. Kendala tersebut antara lain kesulitan mengidentifikasi penjual, perubahan atau penghapusan bukti digital, serta munculnya kembali penawaran produk serupa setelah laporan disampaikan kepada penyelenggara platform. Selain itu, pemilik merek perlu mempertimbangkan mekanisme penyelesaian yang sesuai dengan karakteristik pelanggaran dan bukti yang tersedia. Peraturan perundang-undangan menyediakan beberapa jalur hukum, antara lain gugatan perdata untuk memperoleh ganti rugi dan penghentian perbuatan yang berkaitan dengan pelanggaran merek, serta penegakan hukum pidana apabila unsur tindak pidana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan terpenuhi. Meskipun demikian, penerapan setiap upaya hukum tetap memerlukan penilaian terhadap kedudukan hukum pemohon, kecukupan bukti, unsur pelanggaran, dan ketentuan prosedural yang berlaku.

Secara teoretis, permasalahan tersebut dapat dianalisis melalui teori perlindungan hukum dan teori penegakan hukum. Teori perlindungan hukum digunakan untuk menelaah jaminan terhadap hak eksklusif pemilik merek serta tersedianya upaya hukum ketika hak tersebut dilanggar. Sementara itu, teori penegakan

hukum digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerapan ketentuan hukum dalam praktik, termasuk substansi peraturan, aparat penegak hukum, sarana pendukung, masyarakat, dan kebudayaan hukum. Penggunaan kedua landasan teoretis tersebut diharapkan dapat membantu menjelaskan hubungan antara perlindungan hak atas merek secara normatif dan pelaksanaan upaya hukum terhadap penjualan barang palsu melalui marketplace.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada dua permasalahan utama, yaitu bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik merek atas penjualan barang palsu melalui marketplace berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh pemilik merek beserta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian dilakukan melalui pendekatan hukum normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan, literatur hukum, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Analisis diarahkan pada bentuk perlindungan terhadap hak atas merek, hubungan pengaturan merek dengan perdagangan elektronik, serta penerapan mekanisme penyelesaian melalui pelaporan kepada penyelenggara marketplace, jalur perdata, jalur pidana, dan alternatif penyelesaian sengketa sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi pemilik merek atas penjualan barang palsu melalui marketplace, mengidentifikasi upaya hukum yang dapat ditempuh, serta mengkaji kendala yang memengaruhi efektivitas penagakannya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian hukum kekayaan intelektual, khususnya mengenai perlindungan merek dalam perdagangan elektronik. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik merek dalam menentukan langkah hukum yang sesuai dan bagi penyelenggara marketplace dalam meningkatkan penanganan laporan dugaan pelanggaran merek berdasarkan kewajiban hukumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode penelitian hukum normatif, yakni penelitian yang memusatkan kajian pada norma-norma hukum yang mengatur perlindungan hak merek serta peredaran barang palsu melalui marketplace. Sifat penelitiannya deskriptif-analitis, artinya ketentuan hukum yang berlaku dipaparkan terlebih dahulu, lalu ditelaah penerapannya terhadap persoalan perlindungan pemilik merek dalam perdagangan elektronik.

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan ditempuh dengan menelaah peraturan di bidang perlindungan merek, perdagangan melalui sistem elektronik, dan penegakan hukum atas pelanggaran merek. Adapun pendekatan konseptual dipakai untuk menguraikan konsep perlindungan hukum, hak eksklusif pemilik merek, dan kepastian hukum dalam perdagangan digital.

Bahan hukum yang dipakai terbagi menjadi bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primernya adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan peraturan lain yang berlaku mengenai penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Bahan hukum sekundernya berupa buku hukum, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta pendapat para ahli yang berkaitan dengan perlindungan hak merek.

Bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan, yaitu dengan menelusuri, menginventarisasi, dan mempelajari peraturan perundang-undangan beserta literatur yang relevan. Bahan tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif dengan mengaitkan ketentuan hukum yang berlaku pada persoalan penjualan barang palsu di marketplace. Hasil analisis disusun secara sistematis agar dapat menjawab rumusan masalah dan menghasilkan kesimpulan tentang bentuk perlindungan serta upaya hukum yang dapat ditempuh pemilik merek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Pemilik Merek atas Penjualan Barang Palsu di Marketplace

Konsep dan kedudukan hukum merek di Indonesia

Dalam hukum Indonesia, merek adalah tanda yang bisa ditampilkan secara visual, seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, warna, bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi beberapa hal tersebut. Tujuannya adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Definisi ini menekankan bahwa kemampuan untuk membedakan merupakan bagian penting dari sebuah merek. Rumusan ini sesuai dengan Perjanjian TRIPS, yang menyatakan bahwa setiap tanda atau kombinasi tanda yang bisa membedakan barang atau jasa dari satu usaha dengan usaha lain dapat dianggap sebagai merek.

Secara doktrinal, merek menjalankan beberapa fungsi. Fungsi tersebut mencakup tanda yang

membedakan, penunjuk asal barang atau jasa, jaminan kualitas, serta alat untuk promosi dan membentuk reputasi. Dalam praktik perdagangan, reputasi yang melekat pada merek menjadi aset ekonomi yang bernilai dan sering kali lebih tinggi dari nilai barang itu sendiri. Karena itu, penggunaan merek oleh pihak yang tidak berhak tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga membingungkan konsumen mengenai asal dan kualitas barang.

Undang-Undang Merek membedakan tiga jenis merek. Pertama, merek dagang, yaitu nama atau tanda yang digunakan pada barang yang dijual oleh seseorang, beberapa orang bersama-sama, atau badan hukum, untuk membedakan barang tersebut dari barang yang sama jenisnya. Kedua, merek jasa, yaitu merek yang digunakan pada jasa dengan tujuan membedakan atau memperlihatkan perbedaan. Ketiga, merek kolektif, yaitu merek yang digunakan untuk barang dan/atau jasa yang memiliki sifat, ciri umum, dan kualitas yang sama, serta diawasi secara bersama-sama oleh beberapa individu atau badan hukum. Dalam konteks penjualan barang palsu melalui marketplace, merek dagang merupakan jenis yang paling sering menjadi target pelanggaran.

Merek termasuk dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI), terutama dalam kelompok kekayaan industri (*industrial property*). Perjanjian TRIPS juga mencakup merek sebagai salah satu jenis kekayaan intelektual yang wajib dilindungi oleh negara anggota Organisasi Perdagangan Dunia, dan Indonesia terikat pada perjanjian tersebut melalui pengesahan Persetujuan Pembentukan WTO. Sebagai bagian dari HKI, merek dianggap sebagai hak atas benda tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomi dan dapat dialihkan atau dilisensikan.

Di Indonesia, perlindungan merek menggunakan sistem konstitutif, yang artinya hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan. Sistem ini berbeda dengan sistem deklaratif yang digunakan sebelumnya, di mana perlindungan diberikan kepada orang yang pertama kali menggunakan merek. Sistem pendaftaran ini tetap diatur oleh prinsip itikad baik. Permohonan yang diajukan oleh orang yang tidak memiliki niat baik harus ditolak. Merek terkenal juga mendapatkan perhatian khusus saat menganalisis permohonan dan dalam pengajuan tuntutan hukum. Sementara itu, pemilik merek yang tidak terdaftar secara prinsip tidak memiliki hak eksklusif dan biasanya hanya bisa menempuh jalur hukum di luar sistem merek, seperti mengajukan gugatan tindakan melawan hukum.

Pemilik merek yang terdaftar memiliki hak istimewa, yaitu hak yang diberikan oleh pemerintah selama periode tertentu untuk menggunakan merek itu sendiri atau memberi izin kepada orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Perlindungan merek yang terdaftar berlangsung selama sepuluh tahun sejak tanggal permohonan diajukan dan bisa diperpanjang. Hak ini memungkinkan pemilik merek untuk menjual merek tersebut atau memberikan lisensi kepada pihak lain. Selain itu, pemilik merek juga berhak menuntut orang yang menggunakan merek yang sama atau mirip tanpa izin, serta mencoba menuntut hukuman terhadap pelanggaran tertentu. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjadi dasar utama perlindungan merek, meskipun sebagian aturannya telah berubah karena peraturan-peraturan di bidang kekayaan intelektual.

Pengertian dan karakteristik barang palsu melalui Marketplace

Marketplace atau lokapasar secara hukum dapat dimasukkan dalam kerangka Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang merupakan bentuk perdagangan di mana transaksi dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, pihak-pihak yang terlibat dalam PMSE mencakup pelaku usaha atau pedagang, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE), termasuk penyelenggara sarana perantara, dan konsumen. Dalam konteks hukum informasi dan transaksi elektronik, marketplace dianggap sebagai penyelenggara sistem elektronik yang memfasilitasi transaksi elektronik, yaitu suatu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sebagai penyelenggara sistem elektronik dalam skala privat, marketplace wajib melakukan pendaftaran. Hubungan jual beli terjadi antara penjual dan pembeli melalui kontrak elektronik yang bersifat mengikat bagi kedua belah pihak, sedangkan marketplace bertugas menyediakan infrastruktur dan sistem yang mendukung transaksi tersebut.

Istilah "barang palsu" tidak dijelaskan secara jelas dalam undang-undang merek. Undang-undang ini menentukan pelanggaran sebagai penggunaan merek yang sama sepenuhnya atau memiliki kesamaan utama dengan merek yang telah terdaftar oleh pihak lain tanpa izin. Dalam konteks pelanggaran merek, barang palsu adalah barang yang digunakan tanpa izin dan memiliki merek yang identik dengan merek yang terdaftar sah untuk barang yang sama, atau pada aspek utamanya tidak bisa dibedakan dari merek tersebut. Pemahaman ini berarti pengertian barang berlogo merek palsu seperti yang dijelaskan dalam Perjanjian TRIPS.

Penjualan barang palsu di marketplace memiliki beberapa ciri khas. Pertama, penjual memanfaatkan fitur transaksi online yang memungkinkan mereka menawarkan barang secara massal, membuka toko dengan

cepat, dan mengirimkan paket dalam jumlah kecil, sehingga sulit untuk diawasi. Kedua, penawaran umumnya menggunakan nama, logo, atau tanda yang mirip atau sama dengan merek yang sudah terdaftar, termasuk dengan cara menulis nama yang sedikit berbeda atau menggunakan foto produk resmi, sehingga menimbulkan kesan bahwa barang tersebut terkait dengan produk asli. Ketiga, deskripsi produk sering kali tidak lengkap atau menyesatkan, meskipun pelaku usaha yang menjual produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produsen serta produk yang ditawarkan.

Perlu diketahui bahwa ada tiga kategori yang tidak selalu memberi dampak hukum yang sama. Pertama, barang palsu, yaitu barang yang memiliki merek yang sama secara keseluruhan tanpa izin yang sah. Tindakan ini diatur dalam ketentuan hukum pidana Pasal 90 dan bisa dituntut secara perdata. Selanjutnya, barang tiruan adalah barang yang menggunakan merek dengan kesamaan pada intinya. Persamaan secara umum dimaknai sebagai kesamaan yang terjadi karena adanya unsur utama yang membuat terlihat sama dalam bentuk, cara penyusunan, cara penulisan, kombinasi unsur, atau bunyi yang diucapkan. Penilaian terhadap kategori ini lebih tergantung pada pembuktian adanya kesamaan serta kemungkinan menimbulkan kebingungan bagi konsumen.

Ketiga, barang asli yang dijual tanpa izin, seperti impor paralel atau barang yang tidak melalui jaringan distribusi resmi. Barang ini bukan barang palsu karena mereknya ditambahkan secara resmi oleh pemilik atau pihak yang berhak. Masalah hukumnya lebih berkaitan dengan prinsip kehabisan hak (*exhaustion of rights*), yang menurut TRIPS dibiarkan ditentukan oleh masing-masing negara anggota, dan Undang-Undang Merek tidak menyebutkan hal tersebut secara jelas. Oleh karena itu, menjual barang asli tanpa izin tidak bisa langsung dianggap sama dengan menjual barang palsu. Selain itu, orang yang menjual barang yang diketahui atau seharusnya diketahui berasal dari tindak pidana merk juga bisa dihukum sendiri.

Dalam transaksi tersebut, penjual berperan sebagai pelaku usaha atau pedagang yang langsung menawarkan dan menjual barang, sedangkan marketplace berperan sebagai penyedia platform dan pengelola sistem elektronik. Penyedia sistem elektronik bertanggung jawab atas pengelolaan sistemnya, namun tanggung jawab tersebut tidak berlaku jika terbukti ada keadaan memaksa, kesalahan, atau kelalaian dari pihak yang menggunakan sistem tersebut. Perbedaan peran ini penting karena menentukan siapa yang dapat disalahkan jika terjadi pelanggaran terhadap merek. Regulasi PMSE yang lebih detail juga mengatur proses perizinan, pembinaan, serta pengawasan terhadap pengusaha yang terlibat dalam PMSE.

Bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik merek

Perlindungan hukum secara umum adalah cara untuk melindungi kepentingan seseorang dengan memberi hak kepada mereka untuk bertindak demi kepentingan tersebut. Menurut Hadjon, perlindungan hukum dibagi menjadi dua jenis, yaitu perlindungan preventif yang bertujuan mencegah terjadinya sengketa atau pelanggaran, serta perlindungan represif yang bertujuan menyelesaikan sengketa atau mengatasi pelanggaran yang sudah terjadi. Pemilahan ini membantu dalam menganalisis upaya perlindungan merek terhadap tindakan penjualan barang palsu di marketplace.

Perlindungan preventif bagi pemilik merek pertama kali tercapai melalui sistem pendaftaran. Hak atas merek hanya diperoleh jika merek tersebut sudah terdaftar, dan proses pendaftaran melalui pemeriksaan yang menyeluruh serta mekanisme pengajuan keberatan dari pihak lain memberikan kepastian hukum mengenai siapa yang memiliki hak tersebut. Kedua, pemilik merek yang sudah terdaftar dapat menggunakan mekanisme pengawasan di perbatasan. Pejabat Bea dan Cukai bisa menunda sementara pengeluaran barang impor atau ekspor yang diduga melanggar hak atas merek, jika ada permintaan dari pemilik merek tersebut. Ketiga, di tingkat platform, mekanisme pelaporan pelanggaran hak kekayaan intelektual serta program perlindungan merek yang disediakan oleh penyelenggara marketplace berperan sebagai cara pencegahan awal, meskipun tingkat keberhasilannya tergantung pada kebijakan internal masing-masing platform. Keempat, pemerintah memiliki tugas untuk mendukung dan mengawasi para pengusaha dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk penyelenggara marketplace.

Perlindungan yang keras tersedia melalui cara perdata, pidana, dan administratif. Dalam hukum perdata, pemilik merek yang terdaftar bisa mengajukan tuntutan ke Pengadilan Niaga kepada pihak yang menggunakan merek yang sama secara keseluruhan atau memiliki kesamaan inti untuk produk dan/atau jasa yang sama, dengan tujuan memperoleh ganti rugi serta/atau meminta penghentian semua tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Selama proses pemeriksaan, hakim bisa memerintahkan pihak yang melanggar untuk segera menghentikan penjualan barang yang menggunakan merek tanpa izin, agar menghindari kerugian yang semakin parah. Para pihak juga bisa menyelesaikan konflik melalui arbitrase atau metode penyelesaian sengketa lainnya.

Dalam jalur hukum pidana, Undang-Undang Merek mengancam hukuman bagi penggunaan merek yang sama secara keseluruhan (Pasal 90), merek yang memiliki kesamaan pokoknya (Pasal 91), serta perdagangan

barang yang diketahui atau seharusnya diketahui merupakan hasil tindak pidana merek (Pasal 94). Tindak pidana tersebut termasuk dalam delik aduan, sehingga proses hukum pidana bergantung pada laporan dari pemilik merek. Penyidikan dapat dilakukan oleh penyidik dari Polri maupun penyidik pegawai negeri sipil tertentu di bidang kekayaan intelektual. Dalam jalur administratif, penyelenggara PMSE yang melanggar aturan dapat dikenai sanksi administratif.

Dalam kondisi yang diatur oleh undang-undang, pemilik merek yang terdaftar memiliki hak untuk melarang orang lain menggunakan merek tersebut tanpa izin. Larangan ini berlaku melalui hak untuk menggugat dan menghentikan tindakan tertentu, terutama terhadap barang atau jasa yang sama. Untuk merek yang terkenal, perlindungan bisa mencakup barang atau jasa yang berbeda, asalkan memenuhi syarat tertentu.

Perlindungan atas kerugian ekonomi diwujudkan melalui tuntutan ganti rugi dalam gugatan merek. Kerugian terhadap reputasi, yang sulit dikuantifikasi, dalam praktik dapat didalilkan melalui konstruksi perbuatan melawan hukum. Reputasi merek merupakan inti nilai ekonomi merek, sehingga peredaran barang palsu yang berkualitas rendah dapat menggerus kepercayaan konsumen terhadap merek asli.

Tanggung jawab penjual dan penyelenggara Marketplace

Penjual yang menjual barang yang melanggar hak merek bisa dituntut secara perdata dan pidana. Dari segi hukum, penjual bisa dituntut untuk membayar kompensasi dan menghentikan semua tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek secara tidak sah. Dari segi hukum, penjual bisa dikenai sanksi sesuai Pasal 90, Pasal 91, atau Pasal 94 Undang-Undang Merek, tergantung pada tindakannya. Selain itu, penjual wajib memiliki niat baik dan memberikan informasi yang benar, jelas, serta jujur. Tidak boleh menjual barang yang tidak sesuai dengan penjelasan yang diberikan. Penjual juga harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar tentang produk yang dijual secara online. Selain itu, memberi informasi palsu yang bisa membuat konsumen tertipu dan merugikan adalah tindakan yang dilarang.

Penyelenggara marketplace wajib mematuhi aturan yang berlaku dalam perdagangan elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 memberikan kewajiban kepada penyelenggara PMSE, seperti menjalankan kegiatan dengan niat yang baik, menyediakan informasi yang benar, serta mematuhi pembinaan dan pengawasan dari pemerintah. Permendag Nomor 31 Tahun 2023 menjelaskan aturan mengenai perizinan, iklan, pembinaan, dan pengawasan terhadap pelaku usaha dalam PMSE. Dari segi hukum sistem elektronik, penyedia sistem elektronik berbasis privat wajib memastikan sistemnya tidak menyimpan informasi yang dilarang, dan harus menghentikan akses terhadap konten yang dilarang dalam waktu yang ditentukan setelah menerima perintah atau pemberitahuan berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Dalam praktik, mekanisme penanganan dugaan pelanggaran merek berjalan melalui tiga tahap: pelaporan oleh pemilik merek, penilaian oleh platform, dan penurunan konten atau penghapusan penawaran yang terbukti melanggar. Mekanisme ini di banyak platform bersifat *notice and takedown*. Penyelenggara bertindak setelah menerima laporan yang disertai bukti kepemilikan merek dan identifikasi penawaran yang dilaporkan.

Meskipun demikian, tidak dapat disimpulkan bahwa marketplace otomatis bertanggung jawab atas setiap barang palsu yang dijual penggunaannya. Tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik atas penyelenggaraan sistemnya dikecualikan apabila terbukti adanya kesalahan atau kelalaian pengguna. Dalam ranah pidana merek, unsur “diketahui atau patut diketahui” pada Pasal 94 menunjukkan bahwa pengetahuan menjadi faktor penentu. Artinya, tanggung jawab marketplace lebih tepat dikaitkan dengan kondisi tertentu, seperti telah menerima laporan yang sah namun tidak menindaklanjuti, atau mengetahui adanya pelanggaran yang berulang tetapi membiarkannya. Pendekatan serupa terlihat di yurisdiiksi lain.

Perlindungan merek berhubungan erat dengan perlindungan konsumen. Konsumen berhak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan serta atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang, sedangkan pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji atau keterangan pada label atau penawarannya. Barang palsu yang dijual seolah-olah asli melanggar hak pemilik merek sekaligus merugikan konsumen. Konsumen dapat menuntut ganti rugi, dan pelanggaran tertentu terhadap ketentuan perlindungan konsumen dapat dipidana. Dengan demikian, penegakan hak merek dan perlindungan konsumen saling menguatkan, meskipun subjek yang dilindungi dan dasar gugatannya berbeda.

Analisis perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan

Secara normatif, peraturan yang berlaku telah memberikan perlindungan kepada pemilik merek. UU Merek memberikan hak eksklusif, jalur gugatan perdata di Pengadilan Niaga, ancaman pidana, dan penetapan penghentian perdagangan selama proses pemeriksaan. Perlindungan tersebut tetap berlaku ketika pelanggaran terjadi melalui sarana elektronik, karena unsur pelanggarannya, yaitu penggunaan merek tanpa hak untuk barang sejenis, tidak bergantung pada media penjualannya. Namun, UU Merek disusun dengan pendekatan

pelanggaran oleh pelaku langsung. Undang-undang ini tidak mengatur secara rinci kedudukan perantara elektronik, standar pemberitahuan dan penurunan konten, maupun batas tanggung jawab marketplace. Kekosongan ini menyebabkan perlindungan terhadap pelanggaran di marketplace sangat bergantung pada penafsiran dan peraturan sektoral lain.

Hubungan antara UU Merek, peraturan perdagangan elektronik, dan UU ITE. Ketiganya bekerja secara berlapis, bukan saling menggantikan. UU Merek mengatur substansi hak dan pelanggaran (lex specialis di bidang merek), sedangkan UU ITE dan PP 80/2019 mengatur medium transaksi serta kewajiban penyelenggara dan pelaku usaha dalam lingkungan elektronik.¹ UU ITE sendiri menyatakan bahwa karya intelektual dalam informasi dan dokumen elektronik dilindungi sebagai HKI berdasarkan peraturan perundang-undangan, sehingga rezim elektronik tidak dimaksudkan meniadakan rezim merek. Secara praktis, norma pelanggaran diambil dari UU Merek, sedangkan norma pelaporan, pengawasan, pemutusan akses, dan sanksi administratif terhadap platform diambil dari rezim PMSE dan sistem elektronik. Pada titik inilah muncul tantangan harmonisasi, karena belum ada ketentuan yang secara eksplisit menjembatani keduanya, misalnya mengenai kapan laporan pemilik merek wajib ditindaklanjuti dan dalam jangka waktu berapa.

Mekanisme pengawasan yang ada bersifat dominan reaktif dan berbasis pengaduan. Hal ini terlihat dari sifat pidana merek sebagai delik aduan, serta dari mekanisme notice and takedown yang baru berjalan setelah pemilik merek melapor. Pengawasan pemerintah terhadap penyelenggara PMSE memang tersedia, tetapi lebih menekankan perizinan, informasi, dan kepatuhan administratif ketimbang pencegahan pelanggaran merek secara sistematis. Dengan demikian, mekanisme tersebut melindungi pemilik merek yang aktif memantau dan melaporkan, tetapi belum cukup melindungi pemilik merek, terutama pelaku usaha kecil dan menengah, yang tidak memiliki sumber daya pemantauan.

Pertama, identitas penjual yang tidak jelas. Penjual dapat memakai akun dengan identitas minimal atau fiktif, sehingga menyulitkan penggugatan, pelaporan pidana, dan eksekusi putusan. Kedua, penjual berulang (*repeat infringers*). Penjual yang akunnya dihapus dapat membuka toko baru dengan identitas berbeda, sehingga penegakan bersifat tamal sulam. Ketiga, barang palsu yang kembali ditawarkan setelah dihapus. Penurunan konten per penawaran tidak menyelesaikan masalah apabila penawaran serupa muncul kembali dalam waktu singkat, sementara beban pemantauan ulang tetap berada pada pemilik merek. Keempat, kendala pembuktian dan biaya. Pembuktian harus memenuhi syarat alat bukti elektronik, dan litigasi di Pengadilan Niaga memerlukan biaya serta waktu yang tidak sebanding dengan nilai transaksi barang palsu yang tersebar dalam jumlah kecil. Kelima, sifat lintas yurisdiksi dari penjualan daring menyulitkan penegakan terhadap penjual yang berada di luar negeri.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kerangka peraturan perundang-undangan di Indonesia telah menyediakan dasar perlindungan hukum yang memadai bagi pemilik merek secara substantif. Namun, efektivitas perlindungan terhadap penjualan barang palsu melalui marketplace masih terbatas oleh ketiadaan pengaturan yang tegas mengenai standar tanggung jawab dan kewajiban tindak lanjut penyelenggara marketplace, sifat pengawasan yang reaktif, serta kendala identifikasi dan penindakan terhadap penjual.

Upaya Hukum Pemilik Merek terhadap Penjualan Barang Palsu di Marketplace

Identifikasi pelanggaran dan pengumpulan alat bukti

Perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang menghadapi peredaran barang palsu melalui marketplace perlu diawali dengan mengidentifikasi bentuk dugaan pelanggaran dan menghimpun bukti yang relevan. Tahapan ini bertujuan memastikan bahwa penggunaan merek oleh pihak lain memang berpotensi melanggar hak eksklusif pemiliknya, sehingga langkah penyelesaian yang dipilih mempunyai dasar hukum dan pembuktian yang memadai. Bukti yang terkumpul selanjutnya dapat digunakan untuk mengajukan pengaduan kepada penyelenggara marketplace maupun mendukung upaya hukum melalui jalur perdata atau pidana sesuai dengan karakteristik perbuatannya. Penanganan peredaran barang bermerek palsu melalui perdagangan elektronik juga menjadi persoalan penting dalam perlindungan merek, mengingat transaksi dan penawaran produk berlangsung melalui sistem digital yang memungkinkan informasi barang berubah atau dihapus sewaktu-waktu.

Langkah awal yang perlu dilakukan adalah memeriksa status pendaftaran dan kepemilikan merek yang diduga digunakan tanpa hak. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Ketentuan ini menjadikan status pendaftaran sebagai salah satu dasar penting dalam menentukan kedudukan hukum pemilik merek untuk memperoleh perlindungan berdasarkan undang-undang. Oleh sebab itu, pemilik merek perlu menyiapkan sertifikat pendaftaran atau dokumen resmi yang relevan, kemudian mencocokkan nama pemegang

hak, kelas barang atau jasa, serta cakupan perlindungan merek yang tercatat. Pemeriksaan tersebut diperlukan agar dugaan pelanggaran dapat dinilai berdasarkan hak yang benar-benar dimiliki dan ruang lingkup perlindungan yang diberikan oleh hukum.

Setelah status kepemilikan merek dipastikan, langkah berikutnya ialah mendokumentasikan penawaran produk yang dicurigai sebagai barang palsu di marketplace. Dokumentasi tersebut dapat mencakup alamat atau tautan halaman produk, tangkapan layar nama dan logo merek, deskripsi barang, harga penawaran, identitas akun penjual, serta tanggal dan waktu ketika informasi ditemukan. Apabila tersedia, bukti percakapan dengan penjual, riwayat pesanan, bukti pembayaran, dan informasi pengiriman juga perlu disimpan untuk memperjelas hubungan antara penawaran produk dan transaksi yang terjadi. Pengumpulan dokumen secara sistematis penting dilakukan agar informasi yang berkaitan dengan dugaan pelanggaran tetap dapat ditelusuri apabila halaman produk mengalami perubahan atau tidak lagi tersedia. Dalam konteks pembuktian, Pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 mengakui informasi elektronik, dokumen elektronik, dan hasil cetaknya sebagai alat bukti hukum yang sah, dengan tetap memperhatikan persyaratan keabsahan serta ketentuan hukum acara yang berlaku.

Pengumpulan bukti digital tersebut dapat dilengkapi dengan pemeriksaan terhadap produk fisik apabila keadaan memungkinkan. Pemilik merek dapat membeli produk yang diduga palsu melalui prosedur transaksi yang sah untuk memperoleh barang yang dapat diperiksa dan dibandingkan dengan produk asli. Pemeriksaan dapat mencakup karakteristik kemasan, label, bahan, logo, nomor seri, kode produk, serta ciri pembeda lain yang relevan dengan barang yang bersangkutan. Bukti transaksi, nota pembelian, kemasan, dan dokumentasi kondisi produk sebaiknya disimpan sebagai satu kesatuan agar asal-usul barang dan proses pemeriksaannya dapat ditelusuri. Apabila keaslian produk sulit ditentukan melalui pemeriksaan awal, penilaian lebih lanjut dapat dimintakan kepada pihak yang memiliki kompetensi atau pengetahuan teknis mengenai produk tersebut. Namun, perbedaan harga, kualitas, atau tampilan saja tidak serta-merta membuktikan adanya pemalsuan, sehingga kesimpulan mengenai keaslian barang harus didasarkan pada penilaian terhadap keseluruhan bukti yang tersedia.

Tahapan berikutnya adalah menganalisis apakah perbuatan yang ditemukan memenuhi unsur pelanggaran merek berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Analisis tersebut perlu memperhatikan penggunaan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar, jenis barang yang diperdagangkan, serta ada atau tidaknya hak maupun izin yang mendasari penggunaan merek tersebut. Pemeriksaan ini juga harus membedakan peredaran barang yang benar-benar menggunakan merek secara tidak sah dari penjualan kembali barang asli yang sebelumnya telah diperoleh secara sah. Kedua keadaan tersebut tidak selalu menimbulkan akibat hukum yang sama, sehingga tidak tepat apabila setiap penjualan tanpa persetujuan langsung dianggap sebagai pemalsuan merek. Dengan demikian, penentuan adanya pelanggaran harus dilakukan melalui penilaian terhadap ketentuan hukum yang relevan dan fakta yang dapat dibuktikan, bukan hanya berdasarkan dugaan pemilik merek atau laporan sepihak.

Upaya nonlitigasi melalui Marketplace

Upaya nonlitigasi merupakan penyelesaian permasalahan hukum yang dilakukan di luar mekanisme persidangan dengan tujuan memperoleh penyelesaian tanpa harus langsung mengajukan perkara ke pengadilan. Dalam sengketa penjualan barang palsu melalui marketplace, langkah ini dapat dimulai dengan memanfaatkan fasilitas pengaduan yang disediakan oleh penyelenggara platform. Mekanisme tersebut memberikan kesempatan kepada pemilik merek untuk melaporkan dugaan pelanggaran, meminta penghapusan penawaran produk, serta mengupayakan penyelesaian secara langsung dengan pihak penjual. Oleh karena itu, penanganan terhadap penawaran yang diduga melanggar hak merek dapat menjadi langkah awal untuk membatasi peredaran barang bermasalah di ruang perdagangan elektronik.

Langkah awal yang dapat ditempuh pemilik merek adalah menyampaikan laporan dugaan pelanggaran kekayaan intelektual melalui fitur pengaduan yang tersedia pada marketplace. Laporan tersebut sebaiknya disertai bukti yang relevan, seperti sertifikat atau dokumen kepemilikan merek, tautan produk yang dilaporkan, tangkapan layar halaman penjualan, serta keterangan mengenai persamaan atau penggunaan merek tanpa izin. Kelengkapan dokumen diperlukan agar penyelenggara platform dapat mengidentifikasi objek yang dilaporkan dan melakukan pemeriksaan berdasarkan prosedur yang berlaku. Dalam praktiknya, setiap marketplace dapat menerapkan persyaratan pelaporan yang berbeda, sehingga pemilik merek perlu menyesuaikan pengaduannya dengan mekanisme yang disediakan oleh platform terkait. Muhammad Arkan dan R. Rahaditya menjelaskan bahwa penanganan barang yang melanggar merek di marketplace berkaitan dengan mekanisme pelaporan kepada penyedia platform, yang kemudian dapat menjadi dasar untuk melakukan penindakan terhadap penawaran yang bermasalah.

Setelah pengaduan disampaikan, pemilik merek dapat meminta penurunan atau penghapusan penawaran barang (*takedown*) yang diduga menggunakan merek secara tidak sah. Tindakan tersebut dimaksudkan untuk menghentikan penayangan produk yang dilaporkan sehingga dapat membatasi peluang terjadinya transaksi berikutnya dan mengurangi potensi kerugian bagi pemilik merek maupun konsumen. Tindakan *takedown* merupakan langkah penanganan pada tingkat platform dan tidak dengan sendirinya membuktikan kesalahan penjual berdasarkan putusan pengadilan. Selain itu, langkah tersebut belum tentu menghentikan seluruh peredaran barang palsu apabila produk serupa kembali ditawarkan melalui akun atau tautan yang berbeda.

Selain melaporkan produk kepada marketplace, pemilik merek dapat mengirimkan somasi atau teguran tertulis kepada penjual apabila identitas dan alamatnya dapat diketahui. Somasi dapat digunakan untuk menyampaikan keberatan atas penggunaan merek yang diduga melanggar hak pemiliknya sekaligus meminta penjual menghentikan penjualan produk, menghapus penawaran yang bermasalah, dan tidak lagi menggunakan merek tersebut tanpa izin. Surat teguran juga dapat memuat batas waktu untuk memberikan tanggapan serta usulan penyelesaian yang dapat diterima oleh kedua belah pihak. Dalam penyusunannya, somasi perlu didasarkan pada bukti yang cukup dan uraian permasalahan yang jelas agar pihak yang menerima teguran dapat memahami dasar keberatan tersebut. Namun, pelaksanaannya dapat mengalami kendala apabila penjual menggunakan identitas yang tidak benar atau sulit ditelusuri.

Upaya nonlitigasi juga dapat dilakukan melalui negosiasi atau mediasi apabila pemilik merek dan penjual bersedia menyelesaikan perselisihan secara damai. Dasar hukum penyelesaian sengketa merek melalui jalur tersebut dapat ditemukan dalam Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan ruang bagi penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Dalam konteks ini, para pihak dapat membicarakan penghentian penjualan barang yang dipermasalahkan, penghapusan materi promosi yang menggunakan merek tanpa hak, serta penyelesaian kerugian apabila terdapat kesepakatan mengenai hal tersebut. Alfida Novianti Anwari dan Imanudin Affandi turut membahas arbitrase sebagai salah satu alternatif penyelesaian sengketa kekayaan intelektual yang berkaitan dengan pelanggaran merek. Meskipun demikian, keberhasilan penyelesaian secara damai bergantung pada kesediaan para pihak untuk berunding dan melaksanakan hasil kesepakatan. Apabila penjual menolak menyelesaikan sengketa atau tidak memenuhi kesepakatan, pemilik merek dapat mempertimbangkan upaya hukum lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Secara keseluruhan, upaya nonlitigasi melalui marketplace memiliki kelebihan karena dapat menjadi langkah awal yang relatif praktis untuk menangani dugaan pelanggaran merek tanpa harus langsung menempuh proses persidangan. Fasilitas pengaduan dan penghapusan penawaran memungkinkan pemilik merek meminta penanganan terhadap produk yang dipermasalahkan, sedangkan negosiasi dan mediasi memberikan kesempatan untuk mencapai penyelesaian yang disepakati bersama. Akan tetapi, efektivitas langkah tersebut masih dipengaruhi oleh respons marketplace, kelengkapan bukti, kemampuan mengidentifikasi penjual, dan kesediaan para pihak untuk menyelesaikan sengketa. Arkan dan Rahaditya juga mengemukakan adanya persoalan mengenai batas pertanggungjawaban penyedia platform terhadap produk yang melanggar merek, sehingga peran marketplace dalam menangani pengaduan perlu dilihat berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku dan bukan semata-mata kebijakan internalnya. Dengan demikian, mekanisme nonlitigasi dapat dimanfaatkan sebagai langkah awal untuk melindungi hak pemilik merek, tetapi tidak selalu memadai untuk menyelesaikan seluruh persoalan. Apabila pelanggaran terus berlangsung atau diperlukan tuntutan ganti rugi dan penghentian perbuatan melalui putusan yang mengikat, pemilik merek dapat mempertimbangkan gugatan melalui Pengadilan Niaga sesuai dengan persyaratan hukum yang berlaku.

Upaya hukum perdata

Upaya hukum perdata merupakan salah satu instrumen perlindungan hukum yang dapat digunakan oleh pemilik merek untuk mempertahankan hak eksklusifnya ketika terjadi pelanggaran, termasuk penjualan barang palsu melalui marketplace. Pengaturan mengenai upaya tersebut terdapat dalam Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek tanpa hak dengan persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa sejenis. Gugatan tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi dan/atau permintaan penghentian perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek secara melawan hukum. Secara prosedural, gugatan pelanggaran merek diajukan kepada Pengadilan Niaga sebagai pengadilan yang berwenang memeriksa sengketa tersebut.

Dalam praktik perdagangan melalui marketplace, upaya hukum perdata dapat diarahkan kepada penjual yang menawarkan atau memperdagangkan barang palsu dengan menggunakan merek milik pihak lain tanpa izin. Penentuan pihak yang digugat harus didasarkan pada fakta dan bukti yang menunjukkan keterlibatan

pihak tersebut dalam pelanggaran. Sementara itu, keberadaan barang yang diduga palsu pada suatu platform perdagangan elektronik tidak serta-merta membuktikan bahwa penyelenggara marketplace bertanggung jawab atas seluruh pelanggaran yang dilakukan penjual. Tanggung jawab penyelenggara platform perlu dianalisis secara terpisah dengan mempertimbangkan tindakan atau kelalaiannya, tingkat keterlibatannya, serta ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian, penentuan pihak tergugat harus dilakukan secara cermat agar gugatan memiliki dasar hukum dan pembuktian yang memadai.

Dalam mengajukan tuntutan tersebut, pemilik merek perlu menjelaskan bentuk kerugian yang dialami serta hubungan sebab akibat antara perbuatan tergugat dan kerugian yang dituntut. Pembuktian dapat dilakukan dengan mengajukan dokumen penjualan, bukti transaksi, catatan keuangan, data penurunan penjualan yang relevan, dan dokumen pengeluaran yang berkaitan dengan penanganan pelanggaran. Dengan demikian, tuntutan ganti rugi sebaiknya tidak hanya didasarkan pada perkiraan, tetapi harus disusun berdasarkan fakta dan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam konteks marketplace, upaya ini dapat diarahkan untuk menghentikan penawaran dan perdagangan barang yang terbukti menggunakan merek secara tanpa hak. Pasal 84 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan kesempatan kepada pemilik merek dan/atau penerima lisensi sebagai penggugat untuk memohon kepada hakim agar kegiatan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tanpa hak dihentikan selama perkara masih diperiksa, dengan tujuan mencegah timbulnya kerugian yang lebih besar. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum perdata tidak hanya berorientasi pada pemulihan kerugian yang telah terjadi, tetapi juga menyediakan mekanisme untuk membatasi berlanjutnya pelanggaran selama proses persidangan.

Penyelesaian sengketa merek juga dapat ditempuh melalui mekanisme di luar pengadilan. Pasal 93 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menentukan bahwa penyelesaian sengketa merek dapat dilakukan melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Namun, apabila penyelesaian di luar pengadilan tidak menghasilkan kesepakatan, pemilik merek dapat mempertimbangkan pengajuan gugatan ke Pengadilan Niaga sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pemilihan mekanisme penyelesaian perlu memperhatikan jenis pelanggaran, kekuatan alat bukti, tujuan yang hendak dicapai, serta kemungkinan pelaksanaan hasil penyelesaian tersebut.

Upaya hukum pidana

Upaya hukum pidana merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum yang dapat ditempuh oleh pemilik merek apabila penjualan barang palsu melalui marketplace memenuhi unsur tindak pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan pidana terkait pelanggaran merek diatur dalam Pasal 100, yang mengatur penggunaan merek yang memiliki persamaan pada keseluruhannya atau pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. Penerapan ketentuan tersebut harus didasarkan pada bentuk perbuatan yang dilakukan dan unsur tindak pidana yang relevan, bukan hanya berdasarkan dugaan bahwa suatu produk merupakan barang palsu.

Pasal 100 UU Nomor 20 Tahun 2016 membedakan perbuatan berdasarkan tingkat persamaan merek yang digunakan. Ayat (1) mengatur penggunaan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis, sedangkan ayat (2) mengatur penggunaan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya untuk barang dan/atau jasa sejenis. Dalam penerapannya, perlu diperiksa status pendaftaran merek, identitas pemilik merek, bentuk persamaan merek yang digunakan, serta keterkaitan barang yang diperdagangkan dengan merek terdaftar tersebut. Selain itu, Pasal 102 dapat menjadi dasar hukum yang relevan terhadap pihak yang memperdagangkan barang atau jasa yang diketahui atau patut diduga berasal dari tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101.

Untuk membuktikan dugaan tindak pidana, diperlukan alat bukti yang dapat mendukung terpenuhinya unsur-unsur pasal yang diterapkan. Pemilik merek dapat menyiapkan sertifikat merek, tangkapan layar penawaran produk, tautan halaman penjualan, identitas akun penjual, bukti transaksi, komunikasi dengan penjual, serta barang yang diduga palsu untuk diperiksa lebih lanjut. Informasi dan dokumen elektronik juga dapat digunakan sebagai alat bukti sepanjang memenuhi ketentuan hukum yang berlaku. Namun, bukti tersebut tetap harus dinilai secara menyeluruh oleh aparat penegak hukum karena keberadaan produk yang diduga palsu atau tangkapan layar penjualan saja belum otomatis membuktikan seluruh unsur tindak pidana.

Pemilik merek atau pihak yang berhak dapat menempuh proses penegakan hukum dengan mengajukan pengaduan kepada kepolisian disertai kronologi kejadian dan bukti awal yang tersedia. Pengaduan tersebut menjadi dasar bagi aparat penegak hukum untuk menindaklanjuti dugaan tindak pidana sesuai dengan ketentuan hukum acara yang berlaku. Hal ini berkaitan dengan Pasal 103 UU Nomor 20 Tahun 2016 yang

menegaskan bahwa tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan. Dengan demikian, proses pidana atas dugaan pelanggaran tersebut memerlukan pengaduan dari pihak yang berhak sesuai ketentuan hukum. Dokumentasi bukti sejak awal menjadi penting untuk mendukung pemeriksaan, terutama apabila penawaran barang telah dihapus atau akun penjual tidak lagi dapat diakses.

Meskipun demikian, tidak setiap perselisihan terkait penjualan barang melalui marketplace dapat langsung dikategorikan sebagai tindak pidana merek. Ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, perbedaan kualitas produk, atau keluhan konsumen perlu dinilai berdasarkan fakta dan ketentuan hukum yang relevan untuk menentukan apakah terdapat unsur penggunaan merek tanpa hak. Oleh karena itu, upaya pidana harus dibedakan dari upaya perdata yang berorientasi pada tuntutan ganti rugi dan penghentian perbuatan, serta upaya nonlitigasi yang mengutamakan penyelesaian melalui mekanisme platform atau kesepakatan para pihak. Penerapan hukum pidana perlu didasarkan pada pembuktian unsur tindak pidana dan tetap memperhatikan asas praduga tidak bersalah agar perlindungan terhadap pemilik merek berjalan sesuai dengan ketentuan hukum.

Kendala dan strategi efektivitas penegakan hukum

Penegakan hukum terhadap penjualan barang palsu melalui marketplace masih menghadapi hambatan, terutama dalam mengidentifikasi pihak yang bertanggung jawab atas dugaan pelanggaran merek. Karakteristik perdagangan elektronik memungkinkan penjual menggunakan nama toko yang berbeda dari identitas sebenarnya, mencantumkan informasi yang tidak lengkap, atau menggunakan data kontak yang sulit diverifikasi. Keadaan tersebut dapat menyulitkan pemilik merek dalam menentukan pihak yang akan dimintai pertanggungjawaban maupun menyampaikan teguran hukum secara langsung. Oleh karena itu, penelusuran identitas penjual menjadi bagian penting dalam proses penegakan hukum agar tindakan yang dilakukan memiliki sasaran yang jelas. Penelitian mengenai perlindungan pemegang hak merek di marketplace juga menunjukkan bahwa persoalan verifikasi pedagang dan pengawasan terhadap konten yang ditawarkan masih menjadi tantangan dalam memberikan perlindungan hukum yang efektif.

Hambatan berikutnya berkaitan dengan penggunaan akun anonim dan pembuatan akun baru untuk kembali menawarkan barang yang diduga palsu. Penghapusan akun atau penurunan halaman produk oleh penyelenggara marketplace tidak selalu menghentikan pelanggaran karena penjual dapat kembali beraktivitas melalui akun lain. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penanganan pelanggaran tidak cukup dilakukan dengan menghapus satu penawaran produk, tetapi perlu disertai pengawasan terhadap kemungkinan pengulangan perbuatan dan penelusuran keterkaitan antara akun yang digunakan. Dalam hal ini, marketplace perlu mengoptimalkan mekanisme pelaporan, verifikasi identitas pedagang, dan pemantauan terhadap penawaran yang berulang, sedangkan pemilik merek perlu menyampaikan laporan dengan informasi yang memadai. Langkah tersebut diperlukan agar penanganan pelanggaran tidak hanya bersifat sementara, tetapi juga mendukung pencegahan peredaran barang palsu secara berkelanjutan.

Selain persoalan identitas penjual, pembuktian juga menjadi tantangan karena informasi yang tersedia secara elektronik dapat berubah, dihapus, atau tidak lagi dapat diakses. Halaman produk, keterangan barang, harga, ulasan konsumen, serta informasi akun merupakan data yang dapat membantu menunjukkan adanya dugaan pelanggaran merek. Apabila informasi tersebut tidak didokumentasikan sejak awal, pemilik merek berpotensi mengalami kesulitan dalam menjelaskan bentuk pelanggaran yang terjadi. Oleh sebab itu, dokumentasi perlu dilakukan dengan menyimpan alamat tautan produk, tangkapan layar yang memperlihatkan informasi toko dan barang, bukti transaksi apabila tersedia, serta komunikasi dengan penjual. Bukti tersebut sebaiknya disimpan secara teratur dengan mencatat waktu pengambilan dan menjaga file aslinya agar keaslian serta keutuhannya dapat diperiksa apabila diperlukan dalam proses hukum. Pentingnya penanganan bukti elektronik secara cermat juga dibahas oleh Rizki Zakariya, Yogi Prastia, dan Siti Ismaya dalam kajian mengenai penanganan bukti elektronik dalam perkara pidana.

Strategi penegakan hukum dapat dilakukan melalui kombinasi mekanisme pengaduan internal marketplace dan upaya hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan. Pemilik merek dapat terlebih dahulu menggunakan fitur pelaporan pelanggaran kekayaan intelektual yang disediakan platform dengan melampirkan bukti kepemilikan merek serta informasi produk yang dilaporkan. Apabila identitas penjual telah diketahui, pemilik merek dapat mempertimbangkan pengiriman somasi yang memuat uraian dugaan pelanggaran, permintaan penghentian penjualan, dan tuntutan yang relevan. Apabila pelanggaran tetap berlangsung, pemilik merek dapat mempertimbangkan gugatan perdata melalui Pengadilan Niaga sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sementara itu, jalur pidana dapat dipertimbangkan apabila perbuatan memenuhi unsur tindak pidana yang

berlaku dan persyaratan hukum terkait pengaduan telah dipenuhi. Dengan demikian, pemilihan upaya hukum harus disesuaikan dengan karakteristik perbuatan, kecukupan bukti, dan tujuan perlindungan yang hendak dicapai.

Efektivitas penegakan hukum pada akhirnya memerlukan koordinasi antara pemilik merek, penyelenggara marketplace, dan aparat penegak hukum. Pemilik merek perlu melakukan pemantauan secara berkala, mendokumentasikan dugaan pelanggaran, serta memanfaatkan saluran pengaduan yang tersedia. Di sisi lain, marketplace perlu meningkatkan kualitas verifikasi pedagang, mempercepat penanganan laporan, dan mengembangkan mekanisme untuk mendeteksi penawaran yang berulang. Apabila penyelesaian melalui platform tidak memadai, pemilik merek dapat melanjutkan upaya hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pendekatan yang menggabungkan pencegahan, pelaporan, teguran hukum, dan penyelesaian melalui jalur litigasi sesuai kebutuhan diharapkan dapat memperkuat perlindungan terhadap pemilik merek sekaligus menekan pengulangan penjualan barang palsu dalam perdagangan elektronik.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, peraturan perundang-undangan di Indonesia telah menyediakan dasar perlindungan hukum yang memadai secara substantif bagi pemilik merek atas penjualan barang palsu melalui marketplace. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar, gugatan perdata ke Pengadilan Niaga, penetapan penghentian sementara, serta ancaman pidana, sementara Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengatur kewajiban penyelenggara sistem elektronik dan pelaku usaha. Namun, efektivitas perlindungan tersebut masih terbatas karena belum ada pengaturan tegas mengenai batas tanggung jawab dan kewajiban tindak lanjut penyelenggara marketplace, pengawasan yang masih reaktif dan berbasis pengaduan, serta kendala identifikasi penjual, penjual berulang, pembuktian elektronik, dan biaya penegakan hukum. Upaya hukum yang dapat ditempuh pemilik merek dimulai dengan identifikasi pelanggaran dan pengumpulan alat bukti, dilanjutkan dengan upaya nonlitigasi berupa pelaporan dan penurunan penawaran (*takedown*), somasi, negosiasi, mediasi, atau arbitrase. Apabila upaya tersebut tidak memadai, pemilik merek dapat mengajukan gugatan perdata untuk memperoleh ganti rugi dan penghentian perbuatan, atau menempuh jalur pidana melalui pengaduan karena tindak pidana merek merupakan delik aduan. Pemilihan upaya hukum harus disesuaikan dengan karakteristik pelanggaran, kecukupan bukti, dan tujuan perlindungan yang hendak dicapai, serta dilakukan secara terkoordinasi antara pemilik merek, penyelenggara marketplace, dan aparat penegak hukum.

DAFTAR REFERENSI

- Andaria, L., Tampi, B., & Assa, W. (2022). Penyidikan Tindak Pidana dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Lex Privatum*, 10(4).
- Arkan, M., & Rahaditya, R. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(1), 633–641.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2003). *Hak milik intelektual: Sejarah, teori dan prakteknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ersella, H., & Nurhayani. (2026). Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk User Generated Content. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(1), 121–128.
- Giantama, A. N., & Kholil, M. (2020). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace. *Jurnal Privat Law*, 8(1), 21–27.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia: Sebuah studi tentang prinsip-prinsipnya, penanganannya oleh pengadilan dalam lingkungan peradilan umum dan pembentukan peradilan administrasi negara*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Indonesia. (1997). *Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 tentang Pengesahan Paris Convention for the Protection of Industrial Property dan Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*.
- Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024).
- Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5953).
- Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.

- Insani, S. A. N. (2024). *Perlindungan pemegang hak merek atas pelanggaran merek di marketplace (ditinjau dari kebijakan safe harbour)* [Skripsi, Universitas Hasanuddin].
- Irawan, Y. T. (2026). Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Merek atas Peredaran Merek Erspo Palsu melalui E-Commerce. *Jurnal Fatwa Hukum*, 9(1).
- Jened, R. (2015). *Hukum merek (trademark law) dalam era global dan integrasi ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Kalalo, P. F. D. (2019). Gugatan Pemilik Merek Terdaftar terhadap Pihak Lain Apabila Tanpa Hak Menggunakan Merek Barang yang Mempunyai Persamaan pada Pokoknya atau Keseluruhannya. *Lex Privatum*, 7(2).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat* (sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 10 Tahun 2021).
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Khamil, N., Wahyudi, M. H., Nurwahid, M. H. H., Alamsyah, M. R., & Wiguna, M. P. S. (2025). Perlindungan Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran di Marketplace Digital di Indonesia. *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law*, 8(3), 777–794. <https://jicl.journal.unida.gontor.ac.id/index.php/jicl/article/view/82>
- Lumintang, N. J. (2020). Penegakan Hukum Pidana terhadap Pelaku Pemalsuan Merek Barang Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Lex Crimen*, 9(2).
- Mamahit, J. (2013). Perlindungan Hukum atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa. *Lex Privatum*, 1(3), 90–98.
- Mertokusumo, S. (2005). *Mengenai hukum: Suatu pengantar* (Edisi revisi). Yogyakarta: Liberty.
- Munira, Novitasari, I., Riskayanti, & Abbas, R. Y. (2025). Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Era Digital: Upaya Perlindungan Merek dalam Ekosistem E-Commerce Indonesia. *Semarang Law Review*, 6(2), 350–366.
- Nashir. (2023). Perlindungan Hukum bagi Masyarakat terhadap Peredaran Barang Palsu. *Jurnal Hukum Progresif*, 11(1), 1–12.
- Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Stockholm Act). (1967).
- Santyaningtyas, A., Atikah, W., & Setyawan, A. R. K. (2023). Penyelesaian Sengketa Pemilik Merek dalam Menyelesaikan Penjual Barang Palsu atas Perdagangan Merek Terkenal melalui TikTok LIVE. *IBLAM Law Review*, 3(3), 91–99.
- Sinaga, J., dkk. (2024). Delik Aduan dalam Penegakan Hukum terhadap Tindak Pidana Pemalsuan Merek Berdasarkan Sistem Hukum Indonesia. *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*, 5(2), 458–464.
- Solihin, H., Budiana, B., Rahman, B., Nurhayati, R., & Bakar, B. (2025). Pemberian Hak Eksklusif oleh Negara kepada Pemilik Merek Terdaftar untuk Jenis Barang dan Jasa dalam Konsep Konstitutif Asas First to File. *Civil Officium: Journal of Empirical Studies on Social Science*, 5(2), 22–27.
- Utomo, B. L. P., Sudaryat, & Suryamah, A. (2021). Perlindungan Hukum bagi Pemilik Merek Dagang atas Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace. *Wajah Hukum*, 5(1).
- Wicaksana, B. (2022). Analisis Komitmen dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. *Cendekia Niaga: Journal of Trade Development and Studies*, 6(2).
- World Trade Organization. (1994). *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)*.
- Yuliana, R. R. D., & Adityawati, S. (2022). Transaksi Jual-Beli Online pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 21(2), 126–141.