



Custodia: Journal of Legal, Political, and Humanistic Inquiry

Vol 2 No 1 September 2026, Hal 25-36
ISSN: 3123-2116 (Print) ISSN: 3123-2108 (Electronic)
Open Access: <https://scriptaintelektual.com/custodia>

Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace Terhadap Peredaran Barang Bermerek Palsu dalam Perdagangan Elektronik

Tierra Kresna^{1*}, Faza Pautia Hermawan², Ikhwan Aulia Fatahillah³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Indonesia

email: tier23@gmail.com¹

Article Info :

Received:
24-06-2026
Revised:
17-07-2026
Accepted:
23-08-2026

Abstract

The rapid development of electronic commerce through marketplace platforms has created new legal challenges, particularly concerning the circulation of counterfeit branded goods that potentially harm trademark owners, consumers, and fair business competition. This study aims to analyze the legal liability of marketplace platforms for counterfeit trademark products and examine the adequacy of Indonesian legal regulations in providing trademark protection within digital transactions. This research employs a normative juridical method using statutory, conceptual, and case approaches through qualitative analysis of legal materials. The findings indicate that marketplaces cannot be positioned merely as passive intermediaries but as electronic system providers with preventive and corrective responsibilities in controlling trademark violations. However, Indonesian regulations have not established clear standards regarding marketplace liability, resulting in legal uncertainty. This study contributes to the development of digital intellectual property law by proposing stronger regulatory frameworks and enhanced platform accountability to ensure effective trademark protection in e-commerce.

Keywords: Counterfeit Goods, E-Commerce, Legal Liability, Marketplace, Trademarks.

Akstrak

Perkembangan pesat perdagangan elektronik melalui platform marketplace telah menciptakan tantangan hukum baru, khususnya terkait peredaran barang bermerek palsu yang berpotensi merugikan pemilik merek, konsumen, dan persaingan usaha yang sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum platform marketplace terhadap produk bermerek palsu serta mengkaji kecukupan regulasi hukum Indonesia dalam memberikan perlindungan merek pada transaksi digital. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus melalui analisis kualitatif terhadap bahan hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketplace tidak dapat lagi diposisikan hanya sebagai perantara pasif, melainkan sebagai penyelenggara sistem elektronik yang memiliki tanggung jawab preventif dan korektif dalam mengendalikan pelanggaran merek. Namun, regulasi Indonesia belum menetapkan standar yang jelas mengenai pertanggungjawaban marketplace sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan hukum kekayaan intelektual digital melalui penguatan kerangka regulasi dan peningkatan akuntabilitas platform untuk memastikan perlindungan merek yang lebih efektif dalam perdagangan elektronik.

Kata Kunci: Barang Palsu, E-Commerce, Marketplace, Pertanggungjawaban Hukum, Merek.



©2026 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perdagangan konvensional menjadi perdagangan berbasis digital yang lebih cepat, praktis, dan menjangkau pasar yang semakin luas melalui berbagai platform perdagangan elektronik. Marketplace hadir sebagai ruang transaksi elektronik yang mempertemukan penjual dan konsumen dalam satu sistem yang terintegrasi sehingga mempercepat sirkulasi barang, memperluas jaringan distribusi, dan menciptakan bentuk interaksi ekonomi baru yang tidak lagi dibatasi oleh wilayah geografis. Perubahan tersebut telah menggeser fungsi marketplace dari sekadar perantara transaksi menjadi aktor utama dalam ekosistem ekonomi digital yang memengaruhi keamanan transaksi, perlindungan konsumen, serta tata kelola perdagangan elektronik (Susanti, 2022). Peningkatan aktivitas perdagangan digital juga diikuti oleh berkembangnya berbagai bentuk pelanggaran hak kekayaan intelektual, khususnya peredaran barang bermerek palsu yang memanfaatkan kemudahan akses pasar dan anonimitas identitas penjual dalam sistem elektronik

(Sinaga & Ferdian, 2020). Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital tidak hanya menghasilkan efisiensi ekonomi, tetapi juga memperluas ruang terjadinya pelanggaran hukum yang berdampak terhadap pemegang hak merek, konsumen, maupun iklim persaingan usaha. Kompleksitas tersebut menempatkan persoalan pertanggungjawaban platform marketplace sebagai salah satu isu sentral dalam perkembangan hukum perdagangan elektronik kontemporer.

Barang bermerek palsu yang diperdagangkan melalui marketplace umumnya memanfaatkan reputasi merek terkenal untuk memperoleh keuntungan ekonomi tanpa persetujuan pemegang hak, sehingga kerugian yang ditimbulkan tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga menyangkut penurunan reputasi merek dan berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap hak merek dalam marketplace belum mampu mengimbangi perkembangan model bisnis digital karena pengawasan terhadap aktivitas penjual masih menghadapi berbagai kendala implementatif (Utomo et al., 2021; Sheilindry, 2021). Penelitian lain menegaskan bahwa marketplace pada praktiknya telah memiliki instrumen pengendalian berupa verifikasi penjual, mekanisme pelaporan pelanggaran, serta kebijakan *notice and takedown* yang menunjukkan bahwa platform memiliki kapasitas untuk melakukan tindakan preventif terhadap pelanggaran merek (Giantama & Kholil, 2020). Meskipun demikian, literatur juga menunjukkan bahwa pembebanan tanggung jawab terhadap penyedia platform harus mempertimbangkan keseimbangan antara perlindungan hak kekayaan intelektual dan keberlanjutan inovasi ekonomi digital. Perdebatan tersebut memperlihatkan bahwa marketplace tidak lagi dapat diposisikan secara sederhana sebagai pihak yang sepenuhnya pasif ataupun sepenuhnya bertanggung jawab atas seluruh aktivitas pengguna. Posisi hukum platform menjadi semakin kompleks karena keberadaannya berada di antara kepentingan pemilik merek, pelaku usaha, konsumen, dan negara sebagai regulator.

Perkembangan kajian mengenai pertanggungjawaban marketplace memperlihatkan adanya pergeseran perspektif dari pendekatan yang semata-mata berorientasi pada hubungan hukum antara penjual dan pembeli menuju analisis mengenai tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik sebagai pengelola ruang perdagangan digital. Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa marketplace memiliki tanggung jawab hukum ketika mengetahui adanya pelanggaran merek namun tidak melakukan tindakan pencegahan yang memadai (Arkan & Rahaditya, 2023; Saudira, 2024). Kajian internasional bahkan menempatkan konsep *secondary liability* sebagai instrumen penting untuk menciptakan keseimbangan antara perlindungan konsumen, kepentingan pemegang hak merek, dan inovasi platform digital (Kammel et al., 2021). Akan tetapi, sebagian besar penelitian di Indonesia masih membahas tanggung jawab marketplace secara parsial dengan menitikberatkan pada aspek perlindungan konsumen atau pelanggaran merek secara terpisah. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan teori pertanggungjawaban hukum, perlindungan hak merek, dan karakteristik penyelenggara sistem elektronik dalam satu kerangka analisis yang utuh. Kondisi tersebut menyebabkan batas kewajiban hukum marketplace terhadap tindakan penjual pihak ketiga masih menjadi ruang interpretasi yang berbeda dalam praktik maupun dalam kajian akademik.

Kesenjangan konseptual tersebut semakin penting untuk dikaji karena perkembangan transaksi elektronik berlangsung jauh lebih cepat dibandingkan pembentukan maupun pembaruan regulasi yang mengaturnya. Berbagai penelitian terbaru menunjukkan bahwa efektivitas perlindungan hukum terhadap peredaran barang palsu masih menghadapi persoalan pada aspek pengawasan platform, identifikasi pelaku usaha, mekanisme penyelesaian sengketa, serta implementasi kewajiban hukum marketplace dalam mencegah pelanggaran hak merek (Wardhana & Kurniawan, 2026; Ahla et al., 2026). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa belum terdapat keseragaman mengenai parameter pertanggungjawaban marketplace berdasarkan hukum perdata, hukum merek, maupun hukum informasi dan transaksi elektronik sehingga kepastian hukum bagi seluruh pihak yang berkepentingan masih relatif lemah (Kurniawan et al., 2025). Situasi tersebut berpotensi memperbesar risiko beredarnya produk palsu karena pelaku usaha dapat memanfaatkan celah pengawasan serta ketidakjelasan distribusi tanggung jawab dalam sistem perdagangan elektronik. Pada saat yang sama, marketplace memperoleh manfaat ekonomi dari setiap aktivitas transaksi yang berlangsung di dalam platformnya sehingga muncul tuntutan agar penyelenggara platform tidak hanya berfungsi sebagai fasilitator, tetapi juga menjalankan kewajiban preventif secara proporsional. Kebutuhan untuk membangun formulasi pertanggungjawaban hukum yang lebih jelas menjadi semakin mendesak seiring meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap perdagangan digital.

Berangkat dari perkembangan tersebut, penelitian ini menempatkan marketplace sebagai subjek hukum yang memiliki posisi strategis dalam perlindungan hak merek karena menguasai sistem, data transaksi, dan mekanisme pengendalian aktivitas perdagangan elektronik. Sejumlah penelitian mutakhir memang telah membahas tanggung jawab marketplace dari perspektif perlindungan konsumen, hukum perdata, maupun hak asasi manusia, tetapi pembahasannya masih tersebar dan belum menghasilkan konstruksi normatif yang komprehensif mengenai batas tanggung jawab platform terhadap peredaran barang bermerek palsu (Rani et al., 2025; Santiago et al., 2025). Penelitian terbaru juga mengindikasikan bahwa penguatan tanggung jawab hukum marketplace harus ditempatkan sebagai bagian dari upaya pencegahan pelanggaran hak kekayaan intelektual sekaligus penguatan kepastian hukum dalam perdagangan elektronik (Murdijanto & Ayodhya, 2026; Widyasaputro et al., 2026). Kajian ini diposisikan untuk mengisi kekosongan tersebut melalui analisis yang menghubungkan rezim hukum merek, teori pertanggungjawaban hukum, serta kedudukan marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik dalam satu kerangka normatif yang saling berkaitan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih utuh mengenai distribusi tanggung jawab hukum di antara para pihak dalam ekosistem perdagangan elektronik. Ruang kajian tersebut masih sangat relevan mengingat perkembangan teknologi digital terus menghasilkan bentuk hubungan hukum baru yang belum sepenuhnya terakomodasi oleh pengaturan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum platform marketplace terhadap peredaran barang bermerek palsu dalam perdagangan elektronik berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku serta teori pertanggungjawaban hukum. Penelitian ini juga diarahkan untuk mengevaluasi kesesuaian pengaturan yang ada dengan karakteristik perdagangan digital yang terus berkembang dan melibatkan hubungan hukum multipihak. Kajian ini diposisikan sebagai upaya memperkuat konstruksi normatif mengenai batas kewajiban hukum marketplace dalam perlindungan hak merek di Indonesia. Kontribusi teoretis penelitian diharapkan memperkaya pengembangan hukum hak kekayaan intelektual dan hukum siber mengenai tanggung jawab platform digital. Dari sisi metodologis, penelitian ini menawarkan sintesis normatif yang mengintegrasikan berbagai rezim hukum sebagai dasar pembentukan model pertanggungjawaban marketplace yang lebih komprehensif dan adaptif terhadap perkembangan perdagangan elektronik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum non-empiris yang menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus untuk menganalisis konstruksi pertanggungjawaban hukum platform marketplace terhadap peredaran barang bermerek palsu dalam perdagangan elektronik. Pendekatan tersebut dipilih karena permasalahan penelitian berfokus pada pengkajian norma hukum, doktrin, dan prinsip-prinsip pertanggungjawaban hukum dalam rezim perlindungan merek serta penyelenggaraan sistem elektronik. Sumber data penelitian sepenuhnya berasal dari studi kepustakaan yang mencakup bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan mengenai merek, perdagangan melalui sistem elektronik, dan informasi serta transaksi elektronik, didukung oleh bahan hukum sekunder berupa buku, artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta doktrin hukum yang relevan dengan objek penelitian (Arkan & Rahaditya, 2023). Bahan hukum tersier, seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber referensi ilmiah lainnya, digunakan untuk memperkuat pemahaman konseptual terhadap terminologi dan perkembangan doktrin hukum mengenai tanggung jawab platform digital (Kennedy & Wartoyo, 2024).

Analisis dilakukan secara kualitatif melalui tahapan inventarisasi, klasifikasi, sistematisasi, harmonisasi, dan interpretasi terhadap seluruh bahan hukum untuk mengidentifikasi hubungan antara norma hukum positif dengan praktik pertanggungjawaban marketplace dalam menangani peredaran barang bermerek palsu. Kerangka analisis menggunakan interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis untuk menilai kesesuaian pengaturan hukum dengan karakteristik perdagangan elektronik serta perkembangan fungsi marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik (Kurniawan et al., 2025). Validitas argumentasi hukum dibangun melalui pendekatan preskriptif dengan menguji konsistensi antarperaturan, doktrin, dan pendapat para ahli sehingga diperoleh konstruksi hukum yang koheren mengenai batas pertanggungjawaban platform marketplace. Hasil analisis kemudian disusun secara deskriptif-analitis untuk menghasilkan argumentasi hukum yang mampu menjelaskan efektivitas regulasi sekaligus memberikan dasar konseptual bagi penguatan perlindungan hak merek dalam ekosistem perdagangan elektronik (Murdijanto & Ayodhya, 2026).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Perlindungan Hukum Merek dan Kedudukan Marketplace dalam Perdagangan Elektronik

Merek dalam sistem hukum kekayaan intelektual Indonesia memiliki kedudukan sebagai instrumen hukum yang memberikan perlindungan terhadap identitas komersial suatu barang atau jasa melalui pemberian hak eksklusif kepada pemegangnya. Hak atas merek lahir melalui mekanisme pendaftaran sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menempatkan pemilik merek terdaftar sebagai pihak yang memiliki kewenangan hukum untuk menggunakan merek tersebut serta melarang pihak lain menggunakan tanda yang memiliki persamaan pada pokoknya tanpa persetujuan. Konstruksi perlindungan tersebut menunjukkan bahwa merek tidak hanya berfungsi sebagai tanda pembeda, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang memiliki nilai reputasi dan daya saing dalam kegiatan perdagangan. Dalam perspektif perdagangan elektronik, fungsi tersebut mengalami perluasan karena konsumen menjadikan merek sebagai dasar kepercayaan ketika melakukan transaksi tanpa melakukan pemeriksaan langsung terhadap barang yang ditawarkan. Perlindungan hukum terhadap merek pada ruang digital menjadi semakin penting karena karakter transaksi elektronik memungkinkan penyalahgunaan identitas dagang berlangsung secara cepat, luas, dan sulit dikendalikan melalui mekanisme konvensional (Kennedy & Wartoyo, 2024).

Hak eksklusif atas merek memiliki keterkaitan erat dengan prinsip perlindungan hukum terhadap pemegang hak kekayaan intelektual dan prinsip persaingan usaha yang sehat. Penggunaan merek tanpa izin melalui penjualan barang palsu dalam marketplace merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak subjektif pemilik merek karena memanfaatkan reputasi, nilai ekonomi, serta kepercayaan konsumen yang telah dibangun oleh pemegang hak secara sah. Dalam konteks hukum perdagangan elektronik, pelanggaran tersebut memiliki karakteristik berbeda dibandingkan perdagangan konvensional karena pelaku dapat menggunakan identitas digital yang tidak selalu mencerminkan identitas sebenarnya. Kondisi tersebut menyebabkan perlindungan hukum merek tidak cukup hanya bergantung pada keberadaan hak eksklusif, tetapi juga membutuhkan mekanisme pengawasan terhadap ruang digital tempat transaksi berlangsung. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik memiliki hubungan langsung dengan efektivitas perlindungan merek karena konsumen menjadi pihak yang rentan terhadap informasi produk yang tidak benar atau menyesatkan (Afrineldi, 2021). Oleh karena itu, rezim perlindungan merek dalam perdagangan elektronik harus dipahami sebagai hubungan hukum yang melibatkan pemegang merek, pelaku usaha, konsumen, dan penyelenggara platform digital.

Kedudukan marketplace dalam sistem perdagangan elektronik mengalami perkembangan dari sekadar penyedia ruang transaksi menjadi penyelenggara sistem elektronik yang memiliki fungsi pengelolaan terhadap aktivitas pengguna. Marketplace pada dasarnya tidak melakukan produksi maupun penjualan langsung terhadap seluruh barang yang tersedia dalam platform, tetapi menyediakan infrastruktur digital berupa katalog produk, sistem pembayaran, fasilitas komunikasi, dan mekanisme transaksi antara penjual dengan konsumen. Karakter tersebut menyebabkan marketplace memiliki posisi hukum yang berbeda dari pelaku usaha konvensional karena hubungan hukumnya terbentuk melalui penggunaan sistem elektronik yang dikelolanya. Dalam perspektif hukum positif Indonesia, penyelenggara marketplace termasuk dalam kategori penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban memastikan sistem yang digunakan berjalan secara aman, andal, dan bertanggung jawab. Perkembangan fungsi marketplace tersebut menunjukkan adanya pergeseran konsep tanggung jawab dari model perantara pasif menuju model pengelola sistem yang memiliki kewajiban tertentu terhadap aktivitas yang berlangsung dalam platform (Susanti, 2022).

Pengaturan mengenai hubungan antara perlindungan merek dan kedudukan marketplace dapat dipetakan melalui beberapa instrumen hukum yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan dasar perlindungan terhadap hak eksklusif pemilik merek, sedangkan regulasi perdagangan elektronik memberikan kerangka kewajiban bagi penyelenggara platform dalam mengelola aktivitas transaksi digital. Pemetaan norma tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat satu regulasi tunggal yang secara khusus mengatur tanggung jawab marketplace terhadap barang bermerek palsu, melainkan terdapat keterhubungan beberapa aturan yang harus ditafsirkan secara sistematis. Konfigurasi regulasi tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Pemetaan Norma Hukum Perlindungan Merek dan Kedudukan Marketplace dalam Sistem Perdagangan Elektronik

Regulasi	Ketentuan Hukum	Substansi Norma	Relevansi terhadap Marketplace
UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis	Pasal 1 angka 5 dan Pasal 83	Memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek serta hak mengajukan gugatan terhadap pelanggaran merek	Menjadi dasar perlindungan terhadap merek yang digunakan tanpa hak dalam marketplace
UU No. 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua UU ITE	Ketentuan mengenai penyelenggara sistem elektronik	Mengatur kewajiban penyelenggara sistem elektronik dalam menyediakan sistem yang aman dan bertanggung jawab	Menjadi dasar kewajiban administratif marketplace sebagai pengelola sistem
PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik	Ketentuan kewajiban PSE	Mengatur tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik terhadap penyelenggaraan sistem	Menentukan standar kehati-hatian marketplace
PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Ketentuan pelaku usaha PMSE	Mengatur kewajiban pelaku perdagangan elektronik	Memberikan dasar pengaturan aktivitas perdagangan digital
Permendag No. 31 Tahun 2023	Ketentuan mengenai PMSE	Mengatur peran dan kewajiban penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik	Memperkuat pengawasan terhadap transaksi marketplace

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa konstruksi hukum Indonesia telah menyediakan beberapa dasar normatif untuk melindungi merek dalam perdagangan elektronik, meskipun pengaturan mengenai tanggung jawab spesifik marketplace masih tersebar dalam berbagai instrumen hukum. Interpretasi sistematis terhadap regulasi tersebut menunjukkan bahwa marketplace tidak dapat dilepaskan sepenuhnya dari kewajiban hukum karena platform memiliki kewenangan mengatur akses pengguna, menetapkan standar penggunaan layanan, dan melakukan tindakan administratif terhadap akun yang melanggar ketentuan. Pendekatan teleologis terhadap regulasi perdagangan elektronik juga menunjukkan bahwa tujuan pembentukan norma bukan hanya menjamin kelancaran transaksi, tetapi juga menciptakan ruang perdagangan digital yang aman dan memiliki kepastian hukum. Dalam konteks ini, kewajiban marketplace untuk melakukan pengawasan tertentu dapat dipahami sebagai konsekuensi dari fungsi pengelolaan sistem elektronik yang dimilikinya. Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian yang menempatkan perlindungan hak kekayaan intelektual dalam kontrak bisnis elektronik sebagai bagian dari upaya menjaga kepastian hukum dalam hubungan perdagangan digital (Sheilindry, 2021).

Hubungan hukum dalam marketplace membentuk struktur tiga pihak yang melibatkan platform, penjual, dan konsumen dengan karakter kewajiban yang berbeda. Penjual memiliki kewajiban memastikan produk yang dipasarkan tidak melanggar hak pihak lain, sedangkan konsumen memiliki hak memperoleh informasi yang benar mengenai barang yang dibeli. Marketplace berada pada posisi yang lebih kompleks karena tidak selalu menjadi pihak dalam kontrak jual beli, tetapi memiliki kewenangan administratif terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung melalui sistemnya. Kewenangan tersebut menciptakan dasar argumentasi bahwa marketplace memiliki bentuk tanggung jawab tertentu ketika mengetahui adanya pelanggaran namun tidak melakukan tindakan yang diperlukan. Penelitian mengenai penegakan hukum atas pelanggaran merek menunjukkan bahwa

efektivitas perlindungan hukum sangat dipengaruhi oleh kemampuan sistem hukum dalam mengidentifikasi pihak yang memiliki peran nyata terhadap terjadinya pelanggaran (Anggraini, 2021). Perspektif tersebut memperkuat kebutuhan untuk menilai marketplace bukan hanya berdasarkan posisi formalnya sebagai perantara, tetapi berdasarkan kapasitas pengendaliannya terhadap aktivitas digital.

Berdasarkan konstruksi normatif tersebut, perlindungan hukum merek dalam perdagangan elektronik tidak dapat dipisahkan dari kedudukan marketplace sebagai institusi digital yang memiliki kemampuan teknis dan ekonomi dalam mengatur aktivitas pengguna. Marketplace memang tidak dapat secara otomatis dibebani tanggung jawab atas setiap pelanggaran yang dilakukan penjual, tetapi prinsip kehati-hatian mengharuskan adanya tindakan tertentu ketika platform memiliki pengetahuan mengenai keberadaan barang bermerek palsu. Pendekatan konseptual terhadap tanggung jawab hukum menunjukkan bahwa pihak yang memperoleh manfaat dari suatu sistem dan memiliki kemampuan melakukan pengendalian dapat memiliki kewajiban hukum tertentu untuk mencegah timbulnya kerugian. Pemahaman tersebut menjadi dasar analisis lebih lanjut mengenai batas pertanggungjawaban marketplace terhadap peredaran barang bermerek palsu, khususnya ketika terjadi konflik antara prinsip kebebasan transaksi digital dan kebutuhan perlindungan hak kekayaan intelektual. Konsep perlindungan merek dalam marketplace pada akhirnya tidak hanya berkaitan dengan keberadaan larangan hukum, tetapi juga mengenai efektivitas mekanisme kelembagaan dalam memastikan norma tersebut dapat diterapkan dalam praktik perdagangan elektronik.

Pertanggungjawaban Hukum Marketplace terhadap Peredaran Barang Bermerek Palsu dalam Perdagangan Elektronik

Pertanggungjawaban hukum marketplace terhadap peredaran barang bermerek palsu merupakan persoalan yang berkaitan dengan batas kewajiban hukum penyelenggara platform sebagai pihak yang menyediakan infrastruktur transaksi digital. Dalam konstruksi hukum perdagangan elektronik, marketplace sering diposisikan sebagai pihak perantara yang tidak secara langsung memproduksi maupun menjual barang, sehingga tanggung jawab utama atas keaslian produk pada awalnya dibebankan kepada penjual sebagai pelaku usaha. Namun, posisi tersebut mengalami perkembangan karena marketplace memiliki kemampuan teknis dan administratif untuk mengendalikan aktivitas pengguna melalui mekanisme pendaftaran akun, pengelolaan katalog produk, sistem pembayaran, serta kebijakan penghapusan konten. Perubahan karakter tersebut melahirkan perdebatan mengenai apakah marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban ketika mengetahui atau seharusnya mengetahui adanya pelanggaran merek yang terjadi dalam sistemnya. Konsep *secondary liability* dalam konteks perdagangan digital menjelaskan bahwa pihak yang tidak melakukan pelanggaran secara langsung tetap dapat memiliki tanggung jawab apabila memiliki hubungan tertentu dengan pelanggaran tersebut dan gagal melakukan tindakan pencegahan yang wajar (Kammel et al., 2021).

Dalam perspektif hukum Indonesia, analisis pertanggungjawaban marketplace harus ditempatkan dalam hubungan antara hukum merek, hukum perdata, dan hukum penyelenggaraan sistem elektronik. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan terhadap pemilik merek melalui larangan penggunaan merek tanpa hak sebagaimana tercermin dalam ketentuan mengenai pelanggaran merek dan hak pemegang merek terdaftar. Sementara itu, prinsip tanggung jawab perdata dapat dikaitkan dengan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai perbuatan melawan hukum apabila terdapat unsur perbuatan, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausal antara tindakan dengan kerugian yang terjadi. Dalam konteks marketplace, persoalan hukum tidak hanya berkaitan dengan tindakan penjual yang menjual barang palsu, tetapi juga mengenai kemungkinan adanya kelalaian platform dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung dalam sistemnya. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab marketplace tidak selalu berbentuk tanggung jawab langsung, tetapi dapat muncul melalui bentuk tanggung jawab akibat kelalaian dalam pengelolaan platform (Giantama & Kholil, 2020).

Penerapan prinsip *duty of care* menjadi salah satu pendekatan penting dalam menentukan batas kewajiban hukum marketplace terhadap barang bermerek palsu. Prinsip tersebut menghendaki adanya standar kehati-hatian dari pihak yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan risiko tertentu agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Marketplace memiliki kapasitas untuk menerapkan langkah preventif melalui verifikasi identitas penjual, pembatasan produk tertentu, pemantauan aktivitas akun, serta penyediaan mekanisme pelaporan pelanggaran. Meskipun kewajiban tersebut tidak

dapat dimaknai sebagai kewajiban untuk menjamin bahwa seluruh produk dalam platform selalu bebas dari pelanggaran, marketplace tetap memiliki tanggung jawab untuk mengambil tindakan yang proporsional ketika terdapat indikasi pelanggaran. Penelitian mengenai tanggung jawab penyedia platform menunjukkan bahwa kelalaian dalam merespons laporan pelanggaran merek dapat menjadi dasar argumentasi pembebanan tanggung jawab hukum terhadap marketplace (Arkan & Rahaditya, 2023).

Perbedaan model pertanggungjawaban marketplace dalam berbagai sistem hukum menunjukkan bahwa Indonesia masih berada dalam tahap perkembangan dalam menentukan posisi hukum platform digital. Perbandingan dengan beberapa sistem hukum lain memperlihatkan bahwa penyelenggara platform umumnya diberikan perlindungan tertentu sepanjang menjalankan kewajiban pengawasan yang ditentukan oleh hukum, tetapi perlindungan tersebut tidak bersifat absolut apabila platform berperan aktif dalam transaksi atau mengabaikan informasi mengenai pelanggaran yang terjadi. Perbandingan tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 2. Perbandingan Model Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace terhadap Barang Bermerek Palsu

Aspek	Indonesia	Uni Eropa	Amerika Serikat
Kedudukan Platform	Dipandang sebagai penyelenggara sistem elektronik dan fasilitator perdagangan digital	Platform dikategorikan sebagai penyedia layanan digital dengan kewajiban tertentu	Platform memperoleh perlindungan terbatas berdasarkan prinsip intermediary liability
Dasar Tanggung Jawab	UU Merek, UU ITE, PP PSTE, PP PMSE, dan prinsip perbuatan melawan hukum	Digital Services Act dan regulasi perlindungan konsumen digital	Lanham Act dan doktrin secondary liability
Mekanisme Penghapusan Konten	Berdasarkan laporan pelanggaran dan kebijakan internal platform	Menggunakan kewajiban notice and action yang lebih terstruktur	Berdasarkan pemberitahuan dan standar pengetahuan platform
Standar Pengawasan	Belum memiliki parameter khusus terhadap barang palsu	Menekankan transparansi dan kewajiban mitigasi risiko	Bergantung pada tingkat keterlibatan dan pengetahuan platform

Tabel 2 menunjukkan bahwa pendekatan hukum Indonesia memiliki kesamaan dengan sistem hukum lain dalam memberikan ruang perlindungan terhadap platform sebagai perantara, tetapi belum memiliki standar kewajiban pengawasan yang secara spesifik mengatur peredaran barang bermerek palsu. Interpretasi komparatif tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan terhadap marketplace harus tetap disertai kewajiban melakukan tindakan yang layak ketika platform memiliki kemampuan mengetahui adanya pelanggaran. Dalam perspektif hukum progresif, keberadaan celah regulasi tidak seharusnya menjadi alasan untuk menghilangkan tanggung jawab platform ketika terdapat kapasitas nyata untuk mencegah kerugian. Penelitian mengenai tanggung jawab hukum penyedia platform di Indonesia juga menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan hanya terletak pada keberadaan norma, tetapi pada ketidakjelasan batas penerapan tanggung jawab terhadap penyelenggara marketplace (Saudira, 2024). Kondisi tersebut memperlihatkan perlunya interpretasi hukum yang mampu menyesuaikan norma yang ada dengan karakter transaksi digital.

Mekanisme *notice and takedown* menjadi salah satu instrumen yang sering digunakan marketplace dalam menangani laporan pelanggaran merek. Mekanisme ini memberikan kesempatan kepada pemegang hak untuk menyampaikan keberatan terhadap produk yang diduga melanggar, kemudian marketplace melakukan pemeriksaan dan mengambil tindakan administratif apabila ditemukan pelanggaran. Dalam perspektif hukum normatif, mekanisme tersebut menunjukkan adanya bentuk tanggung jawab administratif marketplace, tetapi belum sepenuhnya menjawab persoalan mengenai kewajiban pengawasan aktif terhadap produk yang dipasarkan. Penelitian mengenai tanggung jawab situs perdagangan elektronik menunjukkan bahwa efektivitas mekanisme penghapusan sangat dipengaruhi oleh kemampuan platform dalam merespons laporan secara cepat dan konsisten terhadap

pelanggaran merek (Rani et al., 2025). Keterbatasan mekanisme berbasis laporan menunjukkan bahwa model tanggung jawab marketplace perlu dikembangkan menuju pendekatan pencegahan yang lebih aktif.

Berdasarkan analisis normatif tersebut, pertanggungjawaban hukum marketplace terhadap peredaran barang bermerek palsu tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan statusnya sebagai pihak ketiga dalam transaksi elektronik. Kedudukan marketplace sebagai pengelola sistem digital memberikan konsekuensi hukum berupa kewajiban menjaga agar platform tidak menjadi sarana berlangsungnya aktivitas yang melanggar hak pihak lain. Tanggung jawab tersebut tetap harus dibatasi berdasarkan prinsip proporsionalitas agar tidak mengubah marketplace menjadi pihak yang bertanggung jawab mutlak atas seluruh tindakan pengguna. Konstruksi hukum yang tepat adalah menempatkan marketplace sebagai pihak yang memiliki kewajiban pengawasan berbasis risiko (*risk-based responsibility*), terutama ketika terdapat indikasi kuat mengenai pelanggaran merek. Pendekatan tersebut sejalan dengan perkembangan kajian yang menilai bahwa penguatan tanggung jawab marketplace diperlukan untuk menciptakan keseimbangan antara perlindungan hak kekayaan intelektual, kepentingan konsumen, dan keberlangsungan inovasi perdagangan elektronik (Kurniawan et al., 2025).

Rekonstruksi Pertanggungjawaban Hukum Marketplace untuk Penguatan Perlindungan Merek dalam Perdagangan Elektronik

Konstruksi pertanggungjawaban hukum marketplace dalam sistem hukum Indonesia masih menunjukkan adanya keterbatasan normatif karena regulasi yang berlaku belum secara spesifik mengatur standar kewajiban platform terhadap peredaran barang bermerek palsu. Pengaturan mengenai perlindungan merek melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada dasarnya berorientasi pada hubungan antara pemegang merek dan pihak yang melakukan pelanggaran secara langsung. Sementara itu, regulasi mengenai perdagangan elektronik melalui PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik serta PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik lebih banyak mengatur kewajiban umum penyelenggara sistem elektronik tanpa memberikan parameter rinci mengenai tanggung jawab marketplace terhadap barang yang melanggar hak kekayaan intelektual. Kondisi tersebut menciptakan ruang interpretasi yang luas mengenai batas kewajiban platform ketika mengetahui adanya produk palsu yang dipasarkan melalui sistemnya. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kelemahan utama pengaturan marketplace di Indonesia terletak pada belum adanya formulasi yang jelas mengenai standar pengawasan, tindakan pencegahan, dan konsekuensi hukum bagi platform yang lalai menjalankan fungsi pengendalian (Murdijanto & Ayodhya, 2026).

Rekonstruksi hukum terhadap tanggung jawab marketplace perlu diarahkan pada perubahan paradigma dari pendekatan berbasis kesalahan individual menuju pendekatan tanggung jawab berbasis kapasitas pengendalian. Marketplace memiliki kemampuan teknologi, akses informasi, serta kewenangan administratif yang memungkinkan platform mendeteksi dan mengurangi risiko pelanggaran merek sebelum kerugian terjadi. Dalam teori tanggung jawab hukum modern, pihak yang memiliki kemampuan untuk mencegah suatu risiko dan memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas tersebut dapat dibebani kewajiban tertentu untuk melakukan tindakan pencegahan yang rasional. Prinsip tersebut tidak berarti bahwa marketplace harus menjamin tidak adanya pelanggaran dalam setiap transaksi, tetapi menuntut adanya standar kehati-hatian yang sesuai dengan kapasitas dan fungsi platform. Pendekatan ini sejalan dengan perkembangan konsep tanggung jawab platform digital yang menempatkan penyelenggara sebagai aktor yang memiliki peran aktif dalam menjaga keamanan ekosistem perdagangan elektronik (Widyasaputro et al., 2026).

Permasalahan utama dalam regulasi Indonesia terletak pada belum harmonisnya hubungan antara rezim hukum merek, hukum perdagangan elektronik, dan hukum penyelenggaraan sistem elektronik. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan kuat terhadap pemilik merek, tetapi tidak memberikan pengaturan khusus mengenai kewajiban pihak ketiga yang menyediakan sarana perdagangan digital. Sebaliknya, PP Nomor 71 Tahun 2019 dan PP Nomor 80 Tahun 2019 memberikan kewajiban terhadap penyelenggara sistem elektronik dan pelaku perdagangan elektronik, tetapi belum secara eksplisit mengatur tanggung jawab marketplace terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual yang dilakukan pengguna. Ketidakharmonisan tersebut menyebabkan pemilik merek sering kali harus berhadapan langsung dengan penjual, meskipun marketplace memiliki peran

penting dalam menyediakan sarana terjadinya transaksi. Kondisi normatif tersebut dapat dipetakan melalui tabel berikut.

Tabel 3. Rekonstruksi Norma Pertanggungjawaban Marketplace dalam Perlindungan Merek pada Perdagangan Elektronik

Permasalahan Hukum	Pengaturan Saat Ini	Kelemahan Normatif	Rekonstruksi yang Diperlukan
Kedudukan Marketplace	Marketplace diposisikan sebagai penyelenggara sistem elektronik dan fasilitator perdagangan	Belum terdapat klasifikasi tanggung jawab khusus terhadap pelanggaran merek	Menetapkan kategori tanggung jawab berbasis tingkat keterlibatan platform
Pengawasan Produk	Pengawasan dilakukan melalui mekanisme internal dan laporan pengguna	Bersifat reaktif dan belum memiliki standar minimum	Mewajibkan sistem pengawasan berbasis risiko
Verifikasi Penjual	Dilakukan berdasarkan kebijakan masing-masing platform	Tidak terdapat standar nasional yang seragam	Menerapkan kewajiban verifikasi identitas dan legalitas penjual
Penghapusan Barang Palsu	Menggunakan mekanisme pengaduan atau <i>notice and takedown</i>	Bergantung pada laporan pemegang hak	Mengembangkan kewajiban tindakan aktif terhadap indikasi pelanggaran
Sanksi Terhadap Platform	Belum diatur secara khusus	Menimbulkan ketidakpastian hukum	Membentuk mekanisme sanksi administratif proporsional

Tabel 3 menunjukkan bahwa kebutuhan utama dalam pembaruan hukum bukan sekadar memperberat tanggung jawab marketplace, melainkan membangun standar kewajiban yang proporsional berdasarkan tingkat kendali dan manfaat ekonomi yang diperoleh platform. Pendekatan teleologis terhadap regulasi perdagangan elektronik menunjukkan bahwa tujuan utama hukum bukan hanya menjamin berlangsungnya transaksi, tetapi juga menciptakan sistem perdagangan yang aman, adil, dan memberikan perlindungan kepada pihak yang rentan. Oleh karena itu, interpretasi terhadap UU Merek, UU ITE, PP PSTE, dan PP PMSE perlu diarahkan pada pembentukan hubungan harmonis antara inovasi digital dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Rekonstruksi tersebut dapat dilakukan melalui penguatan kewajiban *due diligence*, transparansi mekanisme pengawasan, serta tanggung jawab administratif bagi marketplace yang secara nyata mengabaikan keberadaan barang bermerek palsu. Pendekatan ini sesuai dengan kajian yang menempatkan perlindungan konsumen dan kepastian hukum sebagai bagian integral dari penguatan tanggung jawab platform digital (Santiago et al., 2025).

Model pertanggungjawaban marketplace yang ideal dapat dikembangkan melalui konsep tanggung jawab berjenjang (*graduated liability*) yang membedakan antara platform yang tidak mengetahui pelanggaran, platform yang telah menerima pemberitahuan, dan platform yang secara aktif memperoleh keuntungan dari aktivitas ilegal. Konsep tersebut memungkinkan penerapan tanggung jawab yang lebih adil karena tidak menempatkan seluruh beban hukum kepada marketplace atas tindakan independen penjual. Namun, ketika marketplace telah mengetahui keberadaan produk palsu melalui laporan pemilik merek atau pola pelanggaran berulang, kegagalan mengambil tindakan dapat menjadi dasar pembebanan tanggung jawab hukum. Pendekatan ini memiliki kesesuaian dengan doktrin *secondary liability* yang berkembang dalam sistem hukum internasional dan menekankan hubungan antara pengetahuan, kemampuan pengendalian, serta keuntungan ekonomi dari suatu aktivitas ilegal (Kammel et al., 2021). Implementasi model tersebut dalam hukum Indonesia memerlukan harmonisasi regulasi agar tidak terjadi ketidakpastian dalam penerapan tanggung jawab platform.

Penguatan perlindungan merek dalam marketplace juga membutuhkan perubahan pendekatan dari mekanisme penindakan setelah pelanggaran menuju mekanisme pencegahan sebelum kerugian terjadi. Marketplace dapat diwajibkan menerapkan standar minimum seperti verifikasi identitas penjual, pemeriksaan kategori produk berisiko tinggi, sistem pendeteksi penggunaan merek ilegal, serta kerja

sama aktif dengan pemegang hak merek. Pendekatan preventif tersebut lebih sesuai dengan karakter perdagangan elektronik yang memiliki volume transaksi besar dan kemampuan penyebaran informasi yang sangat cepat. Kajian mengenai mekanisme pengawasan marketplace menunjukkan bahwa efektivitas perlindungan merek sangat bergantung pada kemampuan platform membangun sistem pencegahan yang terintegrasi, bukan hanya menyediakan sarana pengaduan setelah pelanggaran terjadi (Wardhana & Kurniawan, 2026). Model pengawasan aktif juga dapat memperkuat posisi konsumen karena mengurangi kemungkinan konsumen menjadi pihak yang pertama kali mengalami kerugian akibat barang palsu.

Rekonstruksi pertanggungjawaban hukum marketplace pada akhirnya harus ditempatkan dalam kerangka pembaruan hukum yang mampu menjawab perkembangan teknologi tanpa menghambat inovasi perdagangan digital. Sistem hukum Indonesia membutuhkan formulasi yang memberikan kepastian mengenai batas tanggung jawab platform, kewajiban pencegahan, serta konsekuensi hukum apabila marketplace tidak menjalankan standar kehati-hatian yang diwajibkan. Perlindungan terhadap pemegang merek, konsumen, dan kepentingan ekonomi digital harus ditempatkan dalam hubungan yang seimbang melalui pembentukan norma yang adaptif terhadap perubahan teknologi. Model tanggung jawab berbasis kapasitas pengendalian dan tingkat keterlibatan platform dapat menjadi dasar konseptual bagi pengembangan regulasi perdagangan elektronik di Indonesia. Rekonstruksi tersebut memberikan kontribusi teoritis terhadap perkembangan hukum kekayaan intelektual digital sekaligus menawarkan dasar praktis bagi pembentuk kebijakan dalam menciptakan ekosistem marketplace yang lebih akuntabel.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis normatif terhadap perlindungan merek dan pertanggungjawaban hukum platform marketplace dalam perdagangan elektronik, penelitian ini menunjukkan bahwa marketplace tidak dapat lagi dipandang hanya sebagai perantara pasif yang tidak memiliki keterlibatan terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung dalam sistemnya. Kedudukan marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik memberikan konsekuensi hukum berupa kewajiban untuk menjaga keandalan, keamanan, dan kepatuhan penggunaan platform terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Meskipun tindakan pelanggaran merek dilakukan secara langsung oleh penjual pihak ketiga, marketplace tetap memiliki tanggung jawab hukum tertentu apabila memiliki pengetahuan mengenai keberadaan barang bermerek palsu dan tidak melakukan tindakan pencegahan maupun penanganan yang diperlukan. Analisis terhadap regulasi mengenai merek, perdagangan melalui sistem elektronik, dan penyelenggaraan sistem elektronik menunjukkan bahwa pengaturan di Indonesia telah menyediakan dasar perlindungan hukum, tetapi belum memberikan batas yang jelas mengenai standar kewajiban dan tingkat pertanggungjawaban marketplace terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual. Ketidakjelasan tersebut menyebabkan terdapat ruang interpretasi yang luas mengenai posisi marketplace antara pihak perantara transaksi dan pihak yang memiliki kewajiban pengawasan aktif. Konstruksi pertanggungjawaban yang lebih tepat perlu diarahkan pada pendekatan tanggung jawab berbasis kapasitas pengendalian (*control-based liability*) dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan, pengetahuan, serta kemampuan platform dalam mencegah terjadinya kerugian. Model tersebut dapat memberikan keseimbangan antara perlindungan pemegang merek, kepentingan konsumen, dan keberlangsungan inovasi perdagangan elektronik.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian ini adalah marketplace perlu memperkuat mekanisme pencegahan melalui verifikasi identitas penjual, pengawasan produk berisiko tinggi, penggunaan teknologi pendeteksi pelanggaran, serta optimalisasi mekanisme *notice and takedown* agar tidak hanya bersifat reaktif terhadap laporan pemilik merek. Pemerintah juga perlu melakukan penguatan regulasi dengan menetapkan parameter yang lebih spesifik mengenai kewajiban, batas tanggung jawab, dan bentuk sanksi terhadap marketplace yang lalai dalam menangani peredaran barang bermerek palsu. Pembaruan regulasi tersebut diperlukan untuk menciptakan kepastian hukum bagi pemegang merek, konsumen, maupun penyelenggara platform dalam menghadapi perkembangan perdagangan digital. Dari perspektif teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep pertanggungjawaban hukum dalam bidang hak kekayaan intelektual digital dengan menempatkan marketplace sebagai aktor hukum yang memiliki fungsi pengendalian tertentu. Dari sisi metodologis, penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian melalui pendekatan empiris hukum dengan menganalisis praktik pengawasan marketplace, putusan pengadilan, maupun kebijakan

internal platform dalam menangani pelanggaran merek. Penelitian komparatif dengan sistem hukum negara lain juga diperlukan untuk menemukan model regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi perdagangan elektronik. Pengembangan kajian tersebut diharapkan mampu memperkuat sistem perlindungan merek sekaligus membangun tata kelola marketplace yang lebih akuntabel, transparan, dan berorientasi pada kepastian hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrineldi. (2021). Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce). *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(1), 101-111. <https://doi.org/10.33603/publika.v9i1.5719>
- Ahla, A., Nabilah, N. R. A., & Auliya, N. (2026). Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 32-42. <https://doi.org/10.62976/ijjel.v4i1.1582>
- Anggraini, M. N. (2021). Penegakan Hukum Atas Pelanggaran Merek Di Indonesia. *Justitia Jurnal Hukum*, 5(1). <https://doi.org/10.30651/justitia.v6i1.6906>
- Arkan, M., & Rahaditya, R. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(1), 632-641. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i1.11258>
- Giantama, A. N., & Kholil, M. (2020). Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace. *Jurnal Privat Law*, 8(1), 21-27. <https://doi.org/10.20961/privat.v8i1.40358>
- Hikmah, M. R. (2026). Pertanggungjawaban Marketplace Terhadap Kerugian Konsumen Atas Peredaran Produk Palsu Dalam Transaksi Perdagangan Elektronik Di Indonesia. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(3), 10237-10243. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i3.9205>
- Kammel, K., Kennedy, J., Cermak, D., & Manoukian, M. (2021). Responsibility for the sale of trademark counterfeits online: Striking a balance in secondary liability while protecting consumers. *AIPLA QJ*, 49, 201. <https://ssrn.com/abstract=3792224>
- Kennedy, A., Wartoyo, F. X. (2024). Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM. *JIPPRO: Journal of Intellectual Property*, 7(2), 94-119. <https://doi.org/10.20885/jipro.vol7.iss2.art1>
- Kurniawan, B., Setiawan, B., Wibowo, H. K., & Musruroh, A. (2025). Legal Responsibility of Marketplace Platforms for Counterfeit Products Based on Civil Law and ITE Law. *Research Horizon*, 5(6), 2875-2888. <https://doi.org/10.54518/rh.5.6.2025.948>
- Murdijanto, A. A., & Ayodhya, D. T. (2026). Marketplace Responsibility in Indonesia for the Rise of Intellectual Property Rights Violations: Regulatory Review And Prevention Efforts. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(02), 281-298. <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.55196>
- Novita, W., & Triningsih, A. (2026). Analisis Yuridis Tanggung Jawab Perdata Terhadap Peredaran Produk Re-Branding di Indonesia: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(3), 16243-16253. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4614>
- Prakoso, L. B., & Laia, A. (2026). Analisis Yuridis Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu di Indonesia. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 8291-8301. <https://doi.org/10.63822/v1m1es32>
- Rani, M., Sibarani, H. A. R., Swastiwi, A. W., & Haryanti, D. (2025). Legal Liability of E-Commerce Site Against Sales of Counterfeit Trademarks Products. *Jurnal Mercatoria*, 18(1), 42-53. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v18i1.14193>
- Santiago, O., Situmeang, A., & Nurlaily, N. (2025). Consumer Protection Against the Sale of Counterfeit Products in E-Commerce: A Human Rights and Legal Certainty Perspective in Indonesia. *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, 8(1), 221-239. <https://doi.org/10.58824/mediasas.v8i1.288>
- Saudira, R. A. (2024). 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(2), 5195–5210. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7134>
- Sheilindry, I. (2021). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang. *Simbur Cahaya*, 282-294. <https://doi.org/10.28946/sc.v28i2.1317>
- Silalahi, P. H., & Soemartono, G. P. (2024). Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare

- Merek Palsu Pada Marketplace Shopee. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 617-628. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i4.857>
- Sinaga, N. A., & Ferdian, M. (2020). Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce). *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 10(2), 76–95. <https://doi.org/10.35968/jh.v10i2.463>
- Susanti, D. O. (2022). The Electronic Market (Marketplace) on Electronic Trade (E-Commerce) in Indonesia. *Jurnal Notariil*, 7(1), 24–31. <https://doi.org/10.22225/jn.7.1.2022.24-31>
- Utomo, B. L. P., Sudaryat, S., & Suryamah, A. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace. *Wajah Hukum*, 5(1), 70-76. <http://dx.doi.org/10.33087/wjh.v5i1.343>
- Wardhana, I. G., & Kurniawan, I. G. (2026). Tinjauan Yuridis Mekanisme Pengawasan Dan Penanganan Sengketa Pelanggaran Merek Di Marketplace Digital di Indonesia. *Bacarita Law Journal*, 5(2), 338-351. <https://doi.org/10.30598/bacarita.v5i2.20993>
- Widyasaputro, A. P., Iryani, D., & Rae, G. N. T. (2026). Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 7(4). <https://doi.org/10.56370/jhlg.v7i4.3244>