

Pertanggungjawaban Platform E-Commerce Terhadap Penjualan Produk Tiruan (*Counterfeit Goods*) Oleh Pelaku Usaha di Indonesia

Ziana Mahfuzzah¹, Putri Rumondang Siagian², Cheryl Patriana Yuswar³

¹Universitas Medan Area, ^{2,3}Universitas Sumatera Utara

Email: zianamahfuzzah@uma.ac.id, putri.siagian@usu.ac.id, cherylyuswar@usu.ac.id

Received:
01-11-2025

Revised:
22-11-2025

Accepted:
30-11-2025

Published:
01-06-2026

Abstract: *This article examines the liability of e-commerce platforms for the sale of trademark-infringing goods in Indonesia. Although the Trademark and Geographical Indications Law and the Electronic Information and Transactions Law prohibit counterfeit goods, no specific regulation addresses platform responsibility. Using a normative juridical method and comparative analysis with European law, this study finds that e-commerce platforms may be liable as intermediaries for infringing goods sold on their systems. However, they are not liable under Article 1365 of the Indonesian Civil Code if they are unaware of the infringement, issue warnings, and remove the content. This aligns with the ECJ decision in L'Oréal v. eBay. The article concludes that Indonesia must establish clear rules on platform liability to effectively address online trademark infringement.*

Keywords: *intermediary liability, platform e-commerce, counterfeit goods*

License:

Copyright (c)
2026 Ziana
Mahfuzzah

This work is
licensed under a
Creative
Commons
Attribution-
NonCommercial
4.0 International
License.



Abstrak: Artikel ini mengkaji pertanggungjawaban platform e-commerce terhadap penjualan barang yang melanggar hak merek di Indonesia. Meskipun UU Merek dan Indikasi Geografis serta UU ITE melarang peredaran barang tiruan, belum ada aturan khusus yang mengatur tanggung jawab platform. Dengan menggunakan metode yuridis normatif dan analisis perbandingan dengan hukum Eropa, penelitian ini menemukan bahwa platform e-commerce dapat dimintai pertanggungjawaban sebagai perantara atas barang tiruan yang dijual melalui sistemnya. Namun, platform tidak bertanggung jawab berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara apabila tidak mengetahui adanya pelanggaran, telah memberi peringatan, dan menghapus konten tersebut. Temuan ini sejalan dengan putusan ECJ dalam perkara *L'Oréal v. eBay*. Artikel ini menyimpulkan bahwa Indonesia perlu menetapkan aturan yang jelas mengenai tanggung jawab platform untuk menangani pelanggaran merek di ruang digital secara efektif.

Kata kunci: pertanggungjawaban, platform e-commerce, produk tiruan

I. PENDAHULUAN

Pengguna internet di Indonesia berkembang pesat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dari total populasi penduduk yang mencapai 264,14 juta orang, terdapat 171,17 juta di antaranya yang terhubung jaringan internet sepanjang 2018. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada pertumbuhan 27,9 juta pengguna internet.¹

Pesatnya penggunaan internet diikuti dengan perkembangan bagi e-commerce di Indonesia. Berdasarkan data Sensus Ekonomi 2016 yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) industri e-commerce di Indonesia dalam 10 tahun terakhir tumbuh sekitar 17% dengan total sekitar 26,2 juta usaha.² Transaksi Electronic commerce (e-commerce) muncul sebagai alternatif pola transaksi bisnis konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Industri e-commerce di Indonesia diproyeksi akan menjadi yang terbesar di seluruh Asia Tenggara, dengan prediksi mencapai Rp1.732 triliun atau US\$130 miliar pada 2020.³

Pelaku bisnis memandang trend e-commerce sebagai pasar yang menjanjikan untuk mengembangkan bisnisnya. Semakin banyaknya pedagang yang menjual barang melalui platform e-commerce membuat masyarakat dapat dengan mudah mencari dan membeli barang yang diinginkan. Pengoperasian situs-situs e-commerce ini dilakukan oleh pihak yang menjadi penyedia, penyelenggara maupun pengelola, yang dalam penulisan ini akan disebut dengan istilah “penyedia platform e-commerce”. Platform e-commerce dalam kegiatannya memiliki pengguna platform (*user*) yang merupakan masyarakat umum yang membuat dan memiliki akun dalam situs e-commerce. Karena transaksinya yang dilakukan antar konsumen (sebagai pengguna), model market place ini juga disebut dengan model consumer to consumer (C2C). Di dalamnya pengguna sebagai merchant (pedagang) dapat menawarkan barang-barang yang dimiliki melalui platform e-commerce.

Penjualan barang tiruan marak terjadi pada transaksi e-commerce. Pertumbuhan jumlah pedagang pada platform e-commerce membuat penyebaran barang tiruan menjadi semakin sulit untuk diawasi. Pemalsuan barang tidak hanya terjadi di satu negara tetapi banyak negara. Keinginan pasar yang begitu besar serta profit atau keuntungan yang didapat cukup signifikan bagi penjual membuat fenomena ini masih terus terjadi.

¹ <https://apjii.or.id/> diakses tanggal 15 Maret 2025 pukul 09.00 WIB.

² <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019> diakses tanggal 15 Maret 2025 pukul 10.00 WIB

³ (<http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>, diakses tanggal 10 Maret 2025, pukul 11.00 WIB).

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia mengenai perlindungan hak atas kekayaan intelektual masih rendah. Menurut laporan dari Special 301 Report oleh Kantor Perwakilan Dagang AS (US Trade Representative's Office), Indonesia merupakan satu dari 11 negara di dunia yang sering melanggar hak aset intelektual.⁴ Indonesia mengalami kerugian ekonomi mencapai 291 triliun rupiah akibat beredarnya produk-produk tiruan tersebut. Nominal ini mengalami peningkatan yang sangat tajam jika dibandingkan dengan tahun 2015 lalu yang hanya sebesar 65,1 triliun. Selain itu, jumlah ini juga termasuk kerugian atas pajak yang mencapai 967 miliar rupiah. Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) menyebutkan bahwa pendapatan pemerintah Indonesia kehilangan 424 miliar rupiah dari pajak tidak langsung.⁵ Maka dengan adanya data tersebut, tak mengherankan apabila Indonesia dimasukkan dalam golongan Priority Watch List oleh World Intellectual Property Organisation (WIPO).

Peran penyedia platform e-commerce menjadi penting sebagai operator utama yang dapat menindak dan memproses atas kontrol muatan konten dalam situsnya. Kebijakan *Safe Harbour Policy* atau *User Generated Content* (UGC) dalam platform e-commerce dapat melibatkan pengguna dalam mengisi konten yang ada di dalam situs. Penerapan prinsip UGC ini terdapat dalam salah satu model *e-commerce* berbentuk market place. Dimana transaksi dalam market place ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform (penyedia platform).⁶

Luasnya wilayah transaksi e-commerce yang bersifat melewati batas-batas transaksi konvensional, dengan bantuan teknologi informasi ini pun menjadi problematika hukum. Problematika tersebut terdapat dalam perlindungan atas kekayaan intelektual dalam kegiatan e-commerce. Khususnya mengenai pertanggungjawaban platform e-commerce atas pelanggaran merek dalam transaksi e-commerce.

Permasalahan *e-commerce* berkaitan dengan hak merek ini tergambar dalam beredarnya produk-produk yang melanggar merek dalam platform e-commerce berbentuk market place. Sebagaimana yang diutarakan oleh Adrian Sutedi, walaupun UU Merek sendiri sudah mengatur mengenai perlindungan terhadap pemilik merek terdaftar akan tetapi dalam kenyataannya masih ditemukan adanya persamaan/kemiripan/peniruan/pemalsuan antarmerek, baik secara pokok atau

⁴<http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>, diakses tanggal 10 Maret 2025, pukul 12.00 WIB..

⁵<https://waste4change.com/blog/produk-palsu-sebabkan-indonesia-rugi-ratusan-triliun/#:~:text=Pada%20tahun%202020%2C%20Indonesia%20mengalami,2%2C3%20triliun%20US%20dollar>, diakses tanggal 10 Maret 2025, pukul 13.00 WIB.

⁶ Rinto R.R. (2018). "Buku E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi," Penerbit Deepublish, Yogyakarta, pp. 25.

keseluruhan tanpa izin dari pemiliknya.⁷ Salah satunya tentu melalui platform e-commerce.

Telaah hukum yang dilakukan dengan demikian diharapkan dapat menemukan pertanggungjawaban platform e-commerce terhadap pelanggaran hak merek yang menjadi suatu kekurangan.

II. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang bersumber dari studi kepustakaan.⁸ Metode ini digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang muncul dalam penelitian ini yang tidak terlepas dari kebutuhan akan data yang dapat dipenuhi dengan pencarian bahan berupa buku atau tulisan-tulisan lainnya. Yuridis normatif berarti penelitian ini mengacu pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan keputusan pengadilan beserta norma-norma yang berlaku dan mengikat masyarakat.⁹ Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif karena dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan, atau gejala lainnya.¹⁰

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Jenis data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari lapangan melainkan diperoleh dari studi kepustakaan atau studi literatur.¹¹ Data sekunder ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat. Bahan hukum primer antara lain berupa hukum tertulis seperti peraturan perundang-undangan serta putusan pengadilan. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis bahan hukum primer yaitu UU No. 20/2016 dan UU No. 1/2024, bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.¹² Untuk menjelaskan bahan hukum primer tersebut digunakan bahan hukum sekunder seperti buku-buku, jurnal ilmiah, artikel-artikel dari surat kabar, dan internet. Bahan hukum tersier yaitu petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus dan ensiklopedia.¹³ Pengumpulan data dalam

⁷ Adrian Sutedi. (2009). "Hak atas Kekayaan Intelektual," Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, pp. 91.

⁸ Serjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Cet. 8, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 29.

⁹ Sri Mamudji, et.al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hlm. 9-10.

¹⁰ Serjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Cet. 8, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 34.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 28.

¹² *Ibid.*, hlm. 52.

¹³ *Ibid.*, hlm. 33.

penelitian ini dilakukan dengan studi dokumen atau bahan pustaka yang merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan menggunakan “*content analysis*”.¹⁴

III. PEMBAHASAN

Pada konsep yang dikenal di masyarakat, istilah yang seringkali digunakan untuk merujuk kepada barang yang melanggar hak merek adalah “barang tiruan”, dengan sebutan umum yang dipergunakan seperti “barang kw (kualitas)”, “replika”, “grade ori”, “premium”, dan sebutan-sebutan lain yang menggambarkan kualitas barang yang melanggar merek, atau tingkat kemiripannya dengan barang dengan merek asli.

Lebih lanjut, bentuk-bentuk pelanggaran hak merek dapat dilihat dari materi ketentuan dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis), yaitu:

- a. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya
- b. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya
- c. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan sebagian atau keseluruhannya yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/ atau kematian manusia.

Berkaitan dengan hal tersebut, pendapat dari OK Saidin mengenai macam-macam praktek perdagangan tidak jujur, meliputi [8] praktik Peniruan Merek Dagang (Trademark Piracy); praktik Pemalsuan Merek Dagang (Counterfeiting); perbuatan-perbuatan yang dapat mengacaukan publik berkenaan dengan Sifat dan Asal Usul Merek (Imitations of Labels and Packaging).

Pasal 83 UU Merek dan Indikasi Geografis secara jelas telah memberikan perlindungan kepada pemilik merek maupun penerima lisensi sebagai pihak yang berhak, sebagaimana diatur bahwa pemilik merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek tanpa hak untuk memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang ditimbulkan; dan menghentikan segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Berkaitan dengan pelanggaran yang dilakukan dalam *platform e-commerce*, Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2008), hlm. 21.

Elektronik (UU ITE) juga memberikan tanggung jawab kepada penyedia platform sebagai pengelola situs e-commerce, “Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya”.

Pasal 15 ayat (3) UU ITE meskipun demikian mengatur: “Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik”. Sehingga jika platform e-commerce tersebut berbentuk market place, dimana barang yang tersedia merupakan barang yang dimiliki oleh pengguna sebagai merchant penyedia platform tidak dapat dimintai pertanggungjawaban.

Prinsip pertanggungjawaban secara umum ada empat yaitu tanggung jawab karena kesalahan, praduga bertanggung jawab, praduga tidak selalu bertanggung jawab, dan tanggung jawab langsung. Tanggung jawab karena kesalahan (*liability based on fault*) adalah tanggung jawab yang dianut dalam hukum pidana dan perdata.

Tanggung jawab karena kesalahan (*liability based on fault*) adalah suatu bentuk tanggung jawab yang dianut dalam Hukum Pidana dan Perdata. Praduga bertanggung jawab (*presumption of liability*) atau biasa disebut juga sebagai pembuktian terbalik adalah seseorang dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.

Sedangkan praduga tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of non liability*) merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, dimana tidak selalu pelaku usaha yang bertanggung jawab. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) menyatakan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian konsumen tanpa harus membuktikan ada tidaknya kesalahan pada dirinya.

Prinsip hukum yang dianut dalam hubungan pertanggungjawaban adalah karena adanya kesalahan (*tort liability*) artinya berdasarkan kesalahan tertentu seseorang dapat menuntut kerugian yang dialaminya dan kesalahan itu ada jika bisa dibuktikan. Doktrin-doktrin mengenai subjek yang melakukan kesalahan pada dasarnya ada empat yaitu *caveat emptor*, *caveat venditor*, *contractual liability*, dan *tort liability*.

Pada doktrin *caveat emptor*, penjual dan penyedia *platform e-commerce* mempunyai kedudukan yang sama dalam melakukan transaksi dimana konsumen tidak perlu dilindungi. Oleh karena itu konsumen harus lebih berhati-hati dan perlu mendapatkan informasi dari pelaku usaha baik penjual maupun *platform e-commerce*. Jika terjadi kerugian maka itu merupakan kesalahan konsumen. Dimana konsumen yang harus membuktikan adanya kerugian tersebut. Kelemahan teori ini adalah pelaku usaha lebih mengetahui

keadaan dan sifat suatu produk. Selain itu juga secara ekonomi kedudukan pelaku usaha lebih tinggi dibandingkan konsumen sehingga posisi konsumen sangat lemah.

Kebalikan dari teori *caveat emptor* adalah *caveat venditor* dimana pelaku usaha yang berkewajiban untuk berhati-hati dalam memproses dan memasarkan produknya. Jika konsumen hendak menuntut haknya atas perbuatan pelaku usaha yang merugikan dirinya, konsumen hanya terbatas untuk membuktikan adanya suatu negligence yaitu ketidak hati-hatian pada pihak pelaku usaha sehingga menimbulkan kerugian bagi dirinya. Namun dalam pelaksanaannya, membuktikan negligence sangat sulit bagi konsumen karena yang lebih mengetahui proses produksi adalah pelaku usaha.

Pengaturan mengenai tanggung jawab pengelolaan platform seperti yang demikian juga diterapkan dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk *User Generated Content* (SE Menkominfo tentang Batasan dan Tanggung Jawab E-Commerce), atau yang lebih dikenal dengan kebijakan *safe harbour policy* dalam Huruf Romawi V Huruf C angka 2 diatur mengenai tanggung jawab penyedia Platform UGC meliputi penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam Platform secara andal, aman dan bertanggung jawab. Hal tersebut tidak dapat berlaku jika dibuktikan terjadinya kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (merchant) atau pengguna Platform.

Filosofi pemikiran atas ketentuan tersebut juga dapat tercermin dalam kalimat-kalimat yang ada dalam Huruf Romawi I bagian Umum yang memuat:

“Di samping kemudahan tersebut, Platform juga rentan terhadap penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah yang dengan sengaja memasukkan data dan/atau informasi yang melanggar hukum, baik untuk tujuan mencari keuntungan maupun tujuan lain (perbuatan yang dilarang). Penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah di atas dapat merugikan Penyedia Platform sehingga Penyedia Platform dapat dipersepsikan terlibat atas perbuatan yang melanggar hukum tersebut. Persepsi ini akan menjadi momok bagi Penyedia Platform apabila tidak dilakukan penempatan pada posisi yang tepat, sehingga dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis layanannya.”

Klausul tersebut telah memberikan gambaran kesesuaian dengan materi ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3) UU ITE yang dapat dijadikan dasar tanggung jawab hukum atas barang yang melanggar merek. Meskipun demikian kedudukan surat edaran sebagai dasar hukum penyelenggaraan e-commerce sejatinya tidaklah kuat. Karena Surat Edaran

Menteri tidak memuat tentang norma tingkah laku (larangan, perintah, ijin dan pembebasan), kewenangan (berwenang dan tidak berwenang), dan penetapan.¹⁵ Sehingga di dalamnya tidak mengatur mengenai beban sanksi terhadap pelanggaran ketentuannya.

Ketentuan yang tertuang dalam Pasal 15 ayat (3) UU ITE dan Surat Edaran Menkominfo tersebut sejatinya dapat memberikan kelonggaran bagi penyedia platform untuk berlepas diri atas tanggungjawabnya sebagai pengelola situs e-commerce. Akibatnya hal ini dapat meminimalisasi kontrol dari penyedia platform terhadap konten yang diunggah oleh user-nya. Apalagi dengan bentuk platform e-commerce berjenis market place, user memiliki keleluasaan untuk mengunggah barang dagangannya untuk ditawarkan dalam situs e-commerce. Hal inilah yang dapat menjadi permasalahan berkaitan dengan penegasan tanggung jawab hukum yang diemban oleh penyedia platform terhadap perlindungan merek.

Tidak dibebankannya tanggung jawab hukum penyedia *platform e-commerce* terhadap barang yang melanggar merek ini menjadi urgensi untuk dapat diatur dalam peraturan perundang-undangan. Permasalahan penjualan barang hasil pelanggaran hak merek dalam situs *e-commerce* ini pada prinsipnya tidak dapat dipersalahkan sepenuhnya kepada penyedia *platform*. Karena konten yang dimuat di dalam *platform e-commerce* juga berasal dari penjual yang menjadi *user platform*. Akan tetapi sebagai pengelola situs, pertanggungjawaban hukum dari penyedia *platform e-commerce* ini menjadi penting karena selain penyedia *platform* merupakan pihak yang mewadahi penjual untuk menawarkan barangnya, penyedia *platform* berwenang menentukan konten apa saja yang dapat dimuat di dalam situs-nya, atau dalam hal ini termasuk mengontrol barang yang dijual.

Pembebanan tanggung jawab hukum tersebut dapat didasarkan atas Pasal 1365 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPdt). Adapun gugatan atas kesalahan didasarkan dengan syarat-syarat :¹⁶

- a. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
- b. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
- c. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

¹⁵ Saidin, OK. (2013). "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)," Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, pp. 357-378.

¹⁶ Munir Fuady. (2002). "Perbuatan melawan hukum : pendekatan kontemporer," Penerbit Citra Aditya Bakti, Bandung, pp 45

Prinsip-prinsip tersebut seharusnya dapat menjadi dasar pembebanan tanggung jawab hukum kepada penyedia platform. Apalagi rumusan yang tertuang dalam Pasal 1365 merupakan “rumusan ajaib” yang dapat mencakupi setiap macam perbuatan melawan hukum. Dalam salah satu referensi disebutkan, bahwa agar supaya ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata tersebut dapat berlaku, maka tiap-tiap perbuatan atau kealpaan dari seseorang harus ditinjau sendiri-sendiri, sebagai perbuatan atau kealpaan seseorang pribadi hukum (*recht subject*), dan tak dapat dibedabedakan apakah perbuatannya itu timbul oleh sebab ia bertindak sebagai kuasanya orang lain, ataupun bertindak untuk diri-pribadi, sebab yang harus ditinjau ialah kesusilaan atau kepantasannya perbuatannya atau kealpaannya untuk menetapkan kesalahannya (*schuld*), kesalahan mana hanya dapat diselidiki dan ditetapkan mengenai diri pribadi seseorang itu, dan tidak pada diri pribadi orang yang memberi kuasa kepadanya.

Meskipun barang yang melanggar bukan merupakan barang yang berasal dari penyedia platform akan tetapi penyedia platform tetap harus bertanggung jawab atas perannya dalam penyebarluasan peredaran barang tersebut. Karena dengan upaya kontrol dan pengawasan terhadap barang yang diunggah dalam platform, penyedia platform dapat mengetahui kecenderungan pelanggaran yang terjadi. Atas pelanggaran tersebut sudah semestinya ditindak dengan menghapus atau tidak boleh diunggahnya barang tersebut dalam platform yang dikelolanya.

Unsur kesalahan sebagai syarat pertanggungjawaban dapat dilandasi oleh pembiaran yang menjadikan kerugian bagi pihak yang berhak. Penyedia platform tidak dapat berdalih tidak bertanggungjawab secara mutlak terhadap barang yang melanggar peraturan dalam platformnya sebagaimana ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3). Alasan dari hal tersebut adalah karena ia sebagai pengelola utama dari situs *e-commerce* tentunya setidaknya turut serta dalam menyebarluaskan produk-produk yang melanggar hukum tersebut. Dalam hal ini jaminan perlindungan terhadap kesalahan tersebut juga sesuai dengan ketentuan Pasal 83 UU Merek dan Indikasi Geografis.

Pasal 15 ayat (3) UU ITE dengan demikian tidak relevan apabila diterapkan secara mutlak. Meskipun demikian pada prinsipnya materi isi dari Pasal 15 ayat (3) UU ITE tidak sepenuhnya salah. Mengingat urgensi dari penerapan muatan materi pasal tersebut juga menuntut kehati-hatian dari pedagang yang menjadi pengguna untuk tidak menjual barang yang melanggar peraturan. Oleh karena itu, memang pengguna platform sebagai pedagang dan berkedudukan sebagai pelaku usaha harus bertanggungjawab atas barang yang dimilikinya.

Apabila merujuk pada perbandingan sistem hukum sebagaimana yang dikemukakan oleh Peter de Cruz yakni sebagai pengoperasian sekumpulan instansi, prosedur, dan peraturan hukum.¹⁷ Kasus L'Oreal et al. v. eBay di Eropa terkait penjualan merek L'Oreal palsu pada platform e-commerce eBay, memutuskan platform e-commerce bertanggungjawab karena telah mengambil manfaat dari penjualan dan mengetahui penjualan merek bajakan serta tidak bertindak cepat untuk menghapus user seller menurut The Court of Justice of the EU.¹⁸

Perlunya pembebanan pertanggungjawaban kepada penyedia platform dengan demikian dilandasi atas urgensi penerapan asas kepastian hukum, asas kehati-hatian dan asas itikad baik sebagaimana dikehendaki dalam Pasal 3 UU ITE. Berkaitan dengan hal tersebut, tanggung jawab hukum penyedia platform tetap harus diatur untuk menuntut kehati-hatian dari penyedia platform terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dalam market place yang dikelolanya sebagai bentuk itikad baik untuk menjaga pengelolaan platform dari perbuatan pelanggaran. Hal inilah yang lantas perlu untuk diatur dalam UU ITE maupun perundang-undangan lain yang menjadi dasar penyelenggaraan e-commerce.

IV. KESIMPULAN

Platform e-commerce merupakan pihak penyedia yang berwenang menentukan konten apa saja yang dapat dimuat di dalam situsnya, atau dalam hal ini termasuk mengontrol barang yang dijual. Oleh sebab itu Penyedia platform tidak dapat berdalih tidak bertanggungjawab secara mutlak terhadap penjualan barang hasil pelanggaran hak merek sebab ia turut serta dalam menyebarluaskan produk-produk yang melanggar hukum tersebut serta mendapatkan keuntungan dari penjualan barang hasil pelanggaran hak merek.

Penyedia platform e-commerce tetap dapat dibebankan tanggung jawab atas dasar kesalahan dengan membiarkan pembiaran peredaran dan penyebarluasan barang tersebut dalam platformnya. Atas dasar hal tersebut, tanggung jawab hukum yang dibebankan dapat didasarkan oleh Pasal 1365 KUHPd mengenai perbuatan melawan hukum.

V. SARAN

¹⁷ De Cruz, P (2014), "Perbandingan Sistem Hukum Common Law, Civil Law, and Socialist Law" Penerbit Nusa Media, Jakarta, pp. 26.

¹⁸ EU:C:2010:159; Case C-324/09, L'Oreal et al. v. eBay, EU:C:2011:474, points 115-116 ; Case C-484/14 Mc Fadden, ECLI:EU:C:2016:689, para 62. Those cases are well explained in Husovec (2017), Nordemann (2018) and Van Eecke (2011).

Perlu diatur pertanggungjawaban hukum penyedia platform e-commerce dalam UU ITE terkait penjualan barang hasil pelanggaran hak merek dalam platform yang dikelolanya walaupun diunggah oleh pengguna. Dengan demikian terdapat landasan yuridis bagi pertanggungjawaban hukum atas kesalahan dan kelalaian pengelolaan platform yang menimbulkan kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adrian Sutedi, *Hak atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Munir Fuady, *Perbuatan melawan hukum : pendekatan kontemporer*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.
- Rinto R.R, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Deepublish, Yogyakarta, 2013
- Sjahdeni, Sutan Remy. *Sejarah, Asas, dan Teori Hukum Kepailitan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Shubhan, Hadi. *Hukum Kepailitan, Prinsip, Norma, dan Praktik di Pengadilan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2019.
- Soekantor, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2008.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Cet.8. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Saidin, OK. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.

Peraturan perundang-undangan

- Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Internet

- <https://waste4change.com/blog/produk-palsu-sebabkan-indonesia-rugi-ratusan-triliun/#:~:text=Pada%20tahun%202020%2C%20Indonesia%20mengalami,2%2C3%20triliun%20US%20dollar,https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019>
- (<http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>)