

KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PERLINDUNGAN MEREK TERHADAP PENJUALAN BARANG PALSU PADA PLATFORM MARKETPLACE DI INDONESIA

Azarya Jodi Setyaki

Program Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Gadjah Mada

Corresponding Author: ryaakijodi@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v6i2.7920>

Received: April 29, 2026	Revised: October 18, 2026	Accepted : October 18, 2026
EISSN: 28277821 PISSN:28094514		

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform marketplace di Indonesia. Perkembangan perdagangan elektronik telah meningkatkan kemudahan transaksi, namun di sisi lain juga memunculkan permasalahan hukum berupa maraknya peredaran barang palsu yang melanggar hak atas merek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah telah memiliki berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang bertujuan memberikan perlindungan hukum terhadap merek. Selain itu, kebijakan pemerintah juga dilakukan melalui pendekatan preventif dan represif, termasuk sosialisasi, edukasi, serta penegakan hukum terhadap pelanggaran merek. Namun demikian, implementasi kebijakan tersebut masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pengawasan, kesulitan identifikasi pelaku, serta belum optimalnya koordinasi antara pemerintah dan penyelenggara marketplace. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih adaptif dan kolaboratif guna meningkatkan efektivitas perlindungan merek dalam perdagangan digital.

Kata Kunci: Kebijakan Pemerintah, Perlindungan Merek, Penjualan, Barang Palsu, Market Place



ABSTRACT

This study aims to analyze government policies in protecting trademarks against the sale of counterfeit goods on marketplace platforms in Indonesia. The rapid growth of electronic commerce has facilitated transactions but has also led to legal issues, particularly the widespread circulation of counterfeit goods that infringe trademark rights. This research employs a normative legal method using statutory and conceptual approaches. The results indicate that the government has established various regulations, including Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, the Electronic Information and Transactions Law, and Government Regulations on Electronic Commerce, to provide legal protection for trademarks. In addition, government policies are implemented through preventive and repressive measures, such as public awareness campaigns, education, and law enforcement against trademark violations. However, the implementation of these policies still faces several challenges, including limited supervision, difficulties in identifying offenders, and lack of coordination between the government and marketplace providers. Therefore, more adaptive and collaborative policies are needed to enhance the effectiveness of trademark protection in the digital trade environment.

Keywords: Government Policy, Brand Protection, Sales, Counterfeit Goods, Market Place



A. PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan elektronik atau marketplace di Indonesia telah membawa perubahan signifikan dalam kegiatan ekonomi dan konsumsi masyarakat¹. Transformasi digital mendorong munculnya berbagai platform marketplace yang memungkinkan transaksi jual beli secara daring dengan jangkauan yang luas dan tanpa batasan geografis. Adanya marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada tidak hanya mempermudah konsumen, tetapi juga menciptakan peluang yang besar bagi para pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk mempromosikan produknya secara lebih luas dan efisien.

Namun demikian, kemajuan dalam perdagangan elektronik tersebut juga menimbulkan berbagai permasalahan hukum, salah satunya adalah meningkatnya peredaran barang palsu yang menggunakan merek tanpa izin. Praktik penjualan barang palsu di marketplace menjadi masalah yang semakin kompleks karena melibatkan berbagai pihak, termasuk pelaku usaha, platform digital, serta konsumen. Barang palsu yang dijual melalui platform digital sering kali menyerupai barang asli, baik dari segi tampilan maupun kemasan, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen². Barang palsu yang beredar di pasaran tidak hanya berdampak negatif kepada para pemilik merek secara ekonomi, tetapi juga berpotensi merugikan konsumen dari aspek kualitas, keamanan, dan kepercayaan terhadap sistem perdagangan elektronik.

Fenomena penjualan barang palsu dalam marketplace dapat digolongkan sebagai bentuk pelanggaran terhadap hak atas merek, yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Merek sebagai identitas suatu produk memiliki fungsi penting dalam membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Manfaat merek untuk unit-unit UMKM adalah sebagai ciri dari produk yang diperdagangkan yang ditujukan guna bahan perbandingan atau pembeda dengan produk serupa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha lain, serta sebagai penentu untuk konsumen menentukan suatu pilihan.³Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek menjadi hal

¹ Anisah Ahla, Nor Rif'atin Nabilah, dan Nuril Auliya, "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2025, hlm. 32.

² Mohammad Daffa Rizkiansyah dan Budi Santoso, "Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang," *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 4 No. 3, 2025, hlm. 1530.

³ Masrifah dan Rani Apriani, "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang pada Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 11 No. 2.D, 2025, hlm. 171.



yang penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan juga memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha.

Di Indonesia, perlindungan terhadap merek telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, khususnya dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang tersebut memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan mereknya serta melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya tanpa izin. Selain itu, pengaturan mengenai perdagangan elektronik juga diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Meskipun regulasi sudah ada, praktik peredaran produk palsu melalui marketplace menunjukkan bahwa penerapan hukum masih menghadapi sejumlah kendala, termasuk identifikasi produk palsu, pembuktian penyalahgunaan merek, serta koordinasi antara pihak berwenang dan platform digital.⁴ Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan regulasi saja belum cukup untuk menjamin perlindungan hukum yang efektif terhadap pemilik merek. Dibutuhkan kebijakan pemerintah yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga implementatif dalam mengawasi dan menindak praktik penjualan barang palsu di marketplace.

Pemerintah melalui berbagai institusi, seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan Kementerian Perdagangan, memiliki peran penting dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan yang berkaitan dengan perlindungan merek dalam perdagangan digital. Kebijakan tersebut mencakup upaya preventif melalui sosialisasi dan edukasi, serta upaya represif melalui penegakan hukum terhadap pelanggaran merek. Selain itu, diperlukan pula kerja sama antara pemerintah dan penyelenggara platform marketplace dalam menciptakan sistem pengawasan yang efektif terhadap peredaran barang palsu.

Di sisi lain, kompleksitas perdagangan digital menimbulkan tantangan tersendiri dalam penegakan hukum, terutama terkait dengan identifikasi pelaku pelanggaran, keterbatasan pengawasan, serta sifat lintas wilayah dari transaksi elektronik. Kondisi ini menuntut adanya kebijakan yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi, sehingga mampu memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi pemilik merek sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan elektronik.

⁴ Ahla, Nabilah, dan Auliya, "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace," 33.



Peredaran barang palsu pada platform *marketplace* tidak lagi merupakan persoalan yang bersifat insidental, melainkan telah menjadi salah satu tantangan utama dalam perdagangan digital di Indonesia. Kemudahan bagi pelaku usaha untuk membuka toko secara daring, disertai tingginya jumlah transaksi elektronik setiap harinya, menyebabkan pengawasan terhadap legalitas produk menjadi semakin kompleks. Dalam kondisi tersebut, produk yang menggunakan merek tanpa izin dapat dipasarkan secara luas dalam waktu yang relatif singkat sehingga meningkatkan potensi terjadinya pelanggaran hak atas merek.

Fenomena tersebut diperkuat oleh data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang menunjukkan bahwa sebanyak 73% masyarakat lebih mudah menemukan produk palsu dibandingkan produk asli, sedangkan 87% responden mengaku pernah membeli produk palsu. Data tersebut menunjukkan bahwa keberadaan barang palsu pada platform *marketplace* masih sangat mudah dijumpai oleh konsumen, sehingga perlindungan terhadap merek tidak hanya bergantung pada mekanisme pendaftaran merek, tetapi juga memerlukan kebijakan pengawasan yang efektif terhadap aktivitas perdagangan digital.⁵

Maraknya peredaran barang palsu juga memberikan dampak yang luas terhadap berbagai pihak. Bagi pemilik merek, praktik tersebut berpotensi menimbulkan kerugian ekonomi, menurunkan reputasi merek, serta mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Sementara itu, bagi konsumen, penggunaan barang palsu dapat menimbulkan risiko karena kualitas produk sering kali tidak memenuhi standar yang berlaku. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran merek dalam perdagangan digital bukan hanya menyangkut hubungan hukum antara pemilik merek dan pelaku pelanggaran, tetapi juga berkaitan dengan perlindungan kepentingan masyarakat secara luas.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat dipahami bahwa persoalan penjualan barang palsu pada platform *marketplace* telah berkembang menjadi isu yang memerlukan perhatian serius dari pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada pembentukan regulasi, tetapi juga mampu menjamin implementasi pengawasan, penegakan hukum, serta kerja sama yang efektif antara pemerintah dan penyelenggara *marketplace* dalam mencegah peredaran barang palsu di Indonesia.

⁵ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, "Maraknya Peredaran Barang Palsu di Indonesia", <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-soroti-maraknya-peredaran-barang-palsu-di-indonesia-dorong-sinergi-dan-kesadaran-masyarakat>, diakses pada 26 April 2026.



Penelitian yang dilakukan oleh Anisah Ahla, Nor Rifatin Nabilah, dan Nuril Auliya membahas penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di *marketplace*. Penelitian tersebut menjelaskan berbagai bentuk penyalahgunaan merek terkenal dalam perdagangan elektronik serta upaya perlindungan hukum terhadap pemilik merek berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Selain itu, penelitian tersebut juga menguraikan berbagai tantangan dalam penegakan hukum terhadap peredaran produk palsu di *marketplace*.⁶

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Daffa Rizkiansyah dan Budi Santoso mengkaji kewajiban *marketplace* terhadap peredaran barang palsu yang melanggar merek dagang. Penelitian tersebut berfokus pada tanggung jawab penyelenggara *marketplace* dalam mencegah dan menangani peredaran barang palsu, termasuk mekanisme pelaporan serta penghapusan produk yang melanggar hak atas merek.⁷

Penelitian lain yang dilakukan oleh Masrifah dan Rani Apriani membahas perlindungan hukum merek dagang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian tersebut menekankan pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum agar pelaku usaha memperoleh hak eksklusif atas mereknya serta terhindar dari penyalahgunaan oleh pihak lain.⁸

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai perlindungan merek dalam perdagangan elektronik telah dilakukan dari berbagai sudut pandang, baik mengenai penyalahgunaan merek, tanggung jawab *marketplace*, maupun perlindungan merek bagi pelaku UMKM. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus menganalisis kebijakan pemerintah sebagai instrumen utama dalam memberikan perlindungan terhadap merek dari praktik penjualan barang palsu pada platform *marketplace*.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena berfokus pada analisis kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada

⁶ Anisah Ahla, Nor Rifatin Nabilah, dan Nuril Auliya, "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di *Marketplace*," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2025.

⁷ Mohammad Daffa Rizkiansyah dan Budi Santoso, "Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban *Marketplace* terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang," *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 4 No. 3, 2025.

⁸ Masrifah dan Rani Apriani, "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang pada Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 11 No. 2.D, 2025.



platform *marketplace* di Indonesia. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek normatif dari peraturan perundang-undangan, tetapi juga menganalisis implementasi kebijakan pemerintah, efektivitas upaya preventif dan represif, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam penegakan perlindungan merek di era perdagangan digital.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia yang belum sepenuhnya diimbangi oleh efektivitas pengawasan terhadap peredaran barang palsu pada platform *marketplace*. Meskipun pemerintah telah membentuk berbagai regulasi yang mengatur perlindungan merek dan perdagangan melalui sistem elektronik, praktik pelanggaran merek masih terus ditemukan dalam aktivitas perdagangan digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan regulasi saja belum cukup untuk menjamin perlindungan hukum yang efektif, melainkan juga memerlukan implementasi kebijakan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan model bisnis digital. Oleh karena itu, penelitian mengenai kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek menjadi penting untuk memberikan gambaran mengenai efektivitas kebijakan yang telah diterapkan sekaligus mengidentifikasi berbagai aspek yang masih memerlukan penguatan.

Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum kekayaan intelektual, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah, penyelenggara *marketplace*, pelaku usaha, maupun masyarakat dalam memahami pentingnya perlindungan merek di era perdagangan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap implementasi kebijakan pemerintah sekaligus menjadi rekomendasi dalam memperkuat sistem perlindungan merek terhadap praktik penjualan barang palsu pada platform *marketplace*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform *marketplace* di Indonesia, serta mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum kekayaan intelektual dan hukum bisnis, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam melindungi merek di era digital.

B. METODE PENELITIAN



Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang bertujuan untuk menganalisis kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform marketplace di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan merek dan perdagangan elektronik, antara lain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Sementara itu, pendekatan konseptual dilakukan dengan mengkaji konsep-konsep hukum yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, khususnya mengenai perlindungan merek dan pelanggaran merek dalam perdagangan digital. Pendekatan ini juga didukung dengan kajian terhadap literatur hukum, doktrin, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan merek dan perdagangan elektronik. Bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian yang relevan. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan sumber lain yang mendukung pemahaman terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber hukum yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Selanjutnya, bahan hukum yang telah diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis, yaitu dengan menggambarkan dan menganalisis permasalahan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform marketplace.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaturan Hukum Perlindungan Merek di Indonesia

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia merupakan bagian dari sistem Hak Kekayaan Intelektual yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada pemilik



merek dalam menjalankan kegiatan usahanya. Merek memiliki fungsi sebagai identitas yang membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya, sekaligus menjadi sarana untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Selain berfungsi sebagai identitas suatu produk, merek juga memiliki fungsi sebagai pembeda barang atau jasa, sarana promosi, jaminan atas kualitas produk, serta penunjuk asal barang atau jasa yang diperdagangkan.⁹ Merek, dengan citra mereknya, dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan identifikasi yang penting dan menjamin kualitas produk atau layanan dalam lingkungan persaingan bebas.¹⁰

Pengaturan mengenai perlindungan merek di Indonesia secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dengan demikian, penggunaan merek oleh pihak lain tanpa izin dari pemilik merek yang sah merupakan bentuk pelanggaran hukum.

Sistem perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip *first to file*, yaitu hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran dan memenuhi persyaratan sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan. Prinsip *first to file* merupakan asas yang menempatkan pemilik hak atas merek yang telah mendaftarkan mereknya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sebagai pihak yang dianggap sah secara hukum.¹¹ Melalui sistem tersebut, pendaftaran merek menjadi syarat utama untuk memperoleh hak eksklusif atas suatu merek. Dengan demikian, pelaku usaha yang belum mendaftarkan mereknya belum memperoleh perlindungan hukum secara penuh meskipun telah menggunakan merek tersebut dalam kegiatan usahanya. Prinsip ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum mengenai siapa yang berhak atas suatu merek serta meminimalkan sengketa kepemilikan merek di kemudian hari. Penerapan sistem konstitutif

⁹ Alvin Mulia Utama dan Devica Rully Masrur, "Perlindungan Merek Terkenal yang Telah Didaftarkan di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *JCA of Law* 1, no. 1 (2020): 11.

¹⁰ Bernard Nainggolan, *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual di Era Digital* (Yogyakarta: Publika Global Media, 2021), hlm. 46.

¹¹ Raden Fajar Agung Kusumawardhana, "Efektivitas Prinsip *First to File* pada Sistem Pendaftaran Merek dalam Melindungi Hak Merek," *Privat Law* 11, no. 1 (2023), 14.



tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum atas merek diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan mereknya, sehingga pendaftaran menjadi syarat utama bagi lahirnya hak eksklusif atas suatu merek.¹² Penerapan sistem *first to file* juga mendorong pelaku usaha untuk segera mendaftarkan mereknya sejak awal kegiatan usaha agar memperoleh kepastian hukum serta menghindari kemungkinan pendaftaran oleh pihak lain yang tidak beritikad baik.

Dalam konteks perdagangan digital, penerapan sistem *first to file* memiliki peranan yang semakin penting mengingat penggunaan merek pada platform *marketplace* berlangsung secara terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat luas. Namun demikian, pendaftaran merek saja belum sepenuhnya mampu mencegah terjadinya penyalahgunaan merek oleh pihak lain. Masih ditemukannya praktik penjualan barang palsu yang menggunakan merek terdaftar menunjukkan bahwa perlindungan hukum tidak hanya bergantung pada sistem pendaftaran, tetapi juga memerlukan pengawasan dan penegakan hukum yang efektif terhadap pelanggaran yang terjadi dalam ruang digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *marketplace* telah mengubah pola pelanggaran merek dari yang semula banyak terjadi dalam perdagangan konvensional menjadi semakin dominan melalui platform digital sehingga memerlukan mekanisme perlindungan hukum yang lebih adaptif.

Dalam undang-undang tersebut juga diatur mengenai larangan penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah terdaftar. Pada saat diberikan sertifikat tanda perlindungan sah adanya, maka pemegang Merek dilindungi untuk menggunakan Merek atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.¹³ Hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kebingungan di kalangan konsumen serta melindungi reputasi pemilik merek. Selain itu, pemilik merek memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang melakukan pelanggaran, baik melalui jalur perdata maupun pidana, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Hak eksklusif yang dimiliki oleh pemilik merek tidak hanya mencakup hak untuk menggunakan mereknya sendiri, tetapi juga hak untuk memberikan lisensi kepada pihak lain serta hak untuk melarang penggunaan merek tanpa persetujuan. Hak tersebut merupakan

¹² Utama dan Masrur, "Perlindungan Merek Terkenal yang Telah Didaftarkan di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," 10.

¹³ Aris Prio Agus Santoso, Tri Wisudawati, dan Ecclisia Sulistyowati, *Hukum atas Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023), hlm. 52.



bentuk perlindungan terhadap investasi, reputasi, dan nilai ekonomi yang melekat pada suatu merek. Oleh karena itu, setiap penggunaan merek tanpa izin, baik dalam bentuk peniruan nama, logo, kemasan, maupun bentuk lain yang menimbulkan persamaan pada pokoknya, dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak atas merek.

Menurut penulis, keberadaan hak eksklusif tersebut memiliki arti yang semakin penting dalam perdagangan melalui *marketplace*. Berbeda dengan perdagangan konvensional, produk yang dipasarkan secara digital dapat menjangkau konsumen dalam waktu yang sangat singkat sehingga potensi kerugian akibat pelanggaran merek juga menjadi lebih besar. Oleh karena itu, perlindungan terhadap hak eksklusif pemilik merek tidak cukup hanya melalui mekanisme gugatan setelah pelanggaran terjadi (*post enforcement*), tetapi juga memerlukan upaya preventif berupa pengawasan terhadap produk yang dipasarkan pada platform *marketplace*.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, bentuk pelanggaran merek tidak lagi terbatas pada perdagangan konvensional, tetapi juga berkembang dalam perdagangan elektronik melalui platform *marketplace*. Dalam konteks ini, pengaturan hukum tidak hanya mengacu pada Undang-Undang Merek, tetapi juga berkaitan dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Selain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan terhadap merek dalam perdagangan elektronik juga didukung oleh berbagai regulasi lain, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Keberadaan berbagai regulasi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan merek dalam *marketplace* tidak hanya menjadi bagian dari rezim hukum kekayaan intelektual, tetapi juga berkaitan erat dengan pengaturan perdagangan elektronik, perlindungan konsumen, serta penyelenggaraan sistem elektronik.

Namun demikian, meskipun telah terdapat berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan merek, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai pelanggaran, khususnya dalam perdagangan melalui *marketplace*. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan regulasi saja belum sepenuhnya mampu menjamin perlindungan hukum yang efektif terhadap pemilik merek di era digital.

2. Praktik Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace



Perkembangan platform marketplace di Indonesia telah membawa perubahan signifikan dalam sistem perdagangan, khususnya dalam mempermudah distribusi barang dan jasa secara digital. Namun, di balik kemudahan tersebut, marketplace juga menjadi ruang yang rentan terhadap berbagai bentuk pelanggaran hukum, salah satunya adalah peredaran barang palsu yang melanggar hak atas merek. Praktik ini semakin marak terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna marketplace dan kemudahan akses bagi pelaku usaha untuk menjual produk secara daring.

Penjualan barang palsu dalam marketplace umumnya dilakukan dengan berbagai modus, antara lain peniruan nama atau logo merek terkenal untuk produk yang kualitasnya tidak sesuai standar, pemalsuan kemasan dan atribut produk yang meniru produk asli, serta praktik listing ganda atau penyamaran penjual yang menggunakan akun palsu untuk menjual produk tiruan.¹⁴ Dalam banyak kasus, pelaku usaha memanfaatkan ketidaktahuan konsumen serta keterbatasan pengawasan dari pihak platform untuk menjual produk yang tidak memiliki kualitas dan standar yang sama dengan produk asli. Fenomena ini diperkuat oleh data yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang menunjukkan bahwa 73% generasi muda di Indonesia lebih mudah menemukan produk palsu dibandingkan produk asli, dan 87% di antaranya mengaku pernah membeli barang palsu.¹⁵ Data tersebut menunjukkan bahwa peredaran barang palsu di marketplace bukan hanya terjadi secara sporadis, tetapi telah menjadi fenomena yang masif dalam ekosistem perdagangan digital di Indonesia.

Maraknya peredaran barang palsu pada *marketplace* tidak terlepas dari karakteristik perdagangan digital yang memungkinkan setiap pelaku usaha membuka toko daring dengan proses yang relatif mudah dan cepat. Di satu sisi, kondisi tersebut memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar. Namun, di sisi lain, kemudahan tersebut juga dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak beritikad baik untuk memasarkan produk yang menggunakan merek tanpa izin. Akibatnya, pengawasan terhadap legalitas produk menjadi semakin sulit dilakukan karena jumlah penjual dan produk yang terus bertambah setiap harinya.

¹⁴ Ahla, A., Nabilah, N. R., & Auliya, N. (2025). Analisis hukum penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 1–11.

¹⁵ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, "Maraknya Peredaran Barang Palsu di Indonesia," <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-soroti-maraknya-peredaran-barang-palsu-di-indonesia-dorong-sinergi-dan-kesadaran-masyarakat>, diakses pada 26 April 2026.



Menurut penulis, kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah menciptakan tantangan baru dalam perlindungan merek. Apabila pada perdagangan konvensional pelanggaran merek relatif lebih mudah diawasi karena dilakukan secara fisik, maka dalam perdagangan melalui *marketplace* pelanggaran dapat dilakukan secara cepat, lintas daerah, bahkan lintas negara. Oleh karena itu, mekanisme pengawasan konvensional tidak lagi memadai dan perlu didukung oleh sistem pengawasan digital yang lebih efektif.

Selain itu, karakteristik marketplace yang bersifat terbuka juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk beroperasi secara anonim atau menggunakan identitas yang tidak jelas. Kondisi ini menyulitkan proses penegakan hukum terhadap pelanggaran merek, karena identifikasi terhadap pelaku menjadi lebih kompleks dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Tidak hanya itu, transaksi yang dilakukan secara daring juga memungkinkan terjadinya pelanggaran lintas wilayah, sehingga menambah tantangan dalam proses pengawasan dan penindakan hukum.

Selain faktor anonimitas penjual, rendahnya kesadaran sebagian masyarakat terhadap pentingnya penggunaan produk asli juga menjadi salah satu faktor yang mendorong tingginya permintaan terhadap barang palsu. Tidak sedikit konsumen yang tetap membeli produk tiruan karena mempertimbangkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk asli. Kondisi tersebut secara tidak langsung menciptakan permintaan (*demand*) yang mendorong pelaku usaha terus memproduksi dan memperdagangkan barang palsu melalui berbagai platform *marketplace*.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat penyalahgunaan merek terkenal meningkat seiring dengan pertumbuhan e-commerce, terutama ketika transaksi dilakukan secara anonim dan lintas wilayah, sehingga penegakan hukum menjadi lebih menantang.¹⁶ Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran tidak hanya dilakukan dengan meniru merek secara langsung, tetapi juga melalui variasi nama dan tampilan produk yang menyerupai merek asli sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen.

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa marketplace memiliki peran yang signifikan dalam memfasilitasi peredaran barang palsu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini disebabkan oleh sistem marketplace yang lebih berorientasi pada kemudahan

¹⁶ Anisah Ahla, Nor Rifatin Nabilah, dan Nuril Auliya, "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* (2025): 35–36.



transaksi dibandingkan dengan pengawasan terhadap legalitas produk yang diperjualbelikan. Meskipun beberapa platform telah menyediakan mekanisme pelaporan terhadap pelanggaran, namun implementasinya masih belum optimal dalam mencegah peredaran barang palsu secara menyeluruh. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Ramadhani, Ningtiyas, dan Handayani yang menyatakan bahwa efektivitas pengawasan marketplace masih menghadapi kendala akibat belum sinkronnya kebijakan internal platform dengan regulasi nasional. Oleh karena itu, diperlukan integrasi pengawasan yang lebih ketat serta sinergi antara pemerintah dan penyelenggara marketplace untuk memperkuat kepastian hukum dan melindungi konsumen dari peredaran barang palsu.¹⁷

Mekanisme pelaporan (*notice and takedown*) yang diterapkan oleh sebagian *marketplace* memang memberikan kesempatan kepada pemilik merek untuk melaporkan dugaan pelanggaran. Namun, mekanisme tersebut pada umumnya baru berjalan setelah adanya laporan dari pemilik merek atau pihak yang dirugikan. Dengan demikian, sistem tersebut masih bersifat reaktif dan belum sepenuhnya mampu mencegah sejak awal beredarnya produk yang diduga melanggar hak atas merek. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan sistem pengawasan yang lebih proaktif melalui pemanfaatan teknologi serta peningkatan kerja sama antara pemerintah dan penyelenggara *marketplace*.

Dari sisi dampak, praktik penjualan barang palsu ini menimbulkan kerugian yang cukup besar, baik bagi pemilik merek maupun konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Hana dan Ilmi, pelanggaran merek dalam perdagangan digital tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga konsumen karena produk palsu umumnya tidak memiliki kualitas yang setara dengan produk asli sehingga berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap merek tersebut.¹⁸ Bagi pemilik merek, peredaran barang palsu dapat merusak reputasi dan menurunkan nilai ekonomi dari merek yang telah dibangun. Sementara itu, bagi konsumen, penggunaan barang palsu dapat menimbulkan risiko terhadap kualitas dan keamanan produk. Dalam jangka panjang, kondisi ini juga dapat mengganggu iklim persaingan usaha yang sehat serta menghambat pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada inovasi.

¹⁷ Novia Sekar Ramadhani, Yolanda Esti Ningtiyas, dan Sri Handayani, "Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu (*Product Counterfeit*) dalam Tinjauan UU Perlindungan Konsumen," *Indonesian Journal of Law and Justice* 3, no. 3 (2026): 1.

¹⁸ Ubaid Aisyul Hana dan Mohammad Wildan Fairus Ilmi, "Efektivitas Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang," *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)* 5, no. 1 (2025): 34.



Menurut penulis, praktik penjualan barang palsu pada *marketplace* tidak dapat dipandang semata-mata sebagai pelanggaran terhadap hak atas merek, tetapi juga sebagai persoalan perlindungan konsumen dan tata kelola perdagangan digital. Oleh karena itu, penyelesaiannya memerlukan pendekatan yang bersifat multidisiplin, yaitu melalui penguatan regulasi, peningkatan efektivitas pengawasan, edukasi kepada masyarakat, serta optimalisasi tanggung jawab penyelenggara *marketplace* dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman dan terpercaya.

Dengan demikian, praktik penjualan barang palsu pada platform *marketplace* merupakan permasalahan yang kompleks dan multidimensional. Permasalahan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum, tetapi juga melibatkan faktor teknologi, ekonomi, dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang komprehensif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan penyelenggara *marketplace*, untuk mencegah dan menanggulangi peredaran barang palsu yang melanggar hak atas merek.

3. Kebijakan Pemerintah dalam Perlindungan Merek terhadap Penjualan Barang Palsu di Marketplace

Pemerintah Indonesia memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek, terutama dalam menghadapi perkembangan perdagangan digital melalui platform *marketplace*. Perlindungan tersebut tidak hanya terlihat dari pembuatan regulasi, tetapi juga melalui kebijakan yang bersifat preventif (pencegahan) dan represif (penegakan) secara hukum dalam menanggulangi pelanggaran merek.

Secara normatif, kebijakan pemerintah terkait perlindungan merek di Indonesia dapat dilihat melalui sejumlah peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut memberikan dasar hukum bagi pemerintah untuk melindungi hak pemilik merek sekaligus mengatur aktivitas perdagangan dalam ruang digital. Selain itu, sebagai negara anggota World Trade Organization (WTO), Indonesia juga berkewajiban mengharmonisasikan sistem perlindungan hak kekayaan intelektual dengan standar internasional sebagaimana diatur dalam TRIPS Agreement sehingga



perlindungan terhadap merek harus terus disesuaikan dengan perkembangan perdagangan global.¹⁹

Dalam implementasinya, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan terhadap merek melalui sistem pendaftaran dan pengawasan merek.²⁰ DJKI juga memiliki peran dalam memberikan pemahaman kepada public tentang pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual serta risiko atau bahayanya penggunaan barang palsu. Di samping itu, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan juga turut mengawasi aktivitas perdagangan elektronik, termasuk dalam hal pengawasan mengenai peredaran barang yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Selain melaksanakan fungsi pendaftaran merek, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual juga secara aktif melakukan berbagai program edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual kepada masyarakat maupun pelaku usaha. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran hukum agar pelaku usaha memahami pentingnya mendaftarkan mereknya serta menghindari penggunaan merek milik pihak lain tanpa izin. Upaya edukasi tersebut juga diharapkan mampu menumbuhkan budaya menghargai hak kekayaan intelektual sebagai bagian dari terciptanya iklim usaha yang sehat.

Menurut penulis, kebijakan edukasi yang dilakukan oleh DJKI merupakan langkah yang tepat sebagai bentuk perlindungan preventif. Akan tetapi, efektivitas kebijakan tersebut masih perlu ditingkatkan karena masih tingginya angka peredaran barang palsu pada platform *marketplace*. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran hukum masyarakat harus diimbangi dengan pengawasan yang efektif dan penegakan hukum yang konsisten agar tujuan perlindungan merek dapat tercapai secara optimal.

Kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek juga mencakup langkah langkah yang bersifat preventif, yaitu dengan meningkatkan kesadaran hukum masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya menggunakan produk asli serta mendaftarkan merek secara resmi. Perlindungan hukum secara preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran merek sejak awal, sedangkan perlindungan hukum secara represif diwujudkan melalui penyelesaian sengketa, baik melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana apabila

¹⁹ M. Citra Ramadhan, Fitri Yanni Dewi Siregar, dan Bagus Firman Wibowo, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Medan: Universitas Medan Area Press, 2023), 10.

²⁰ Santoso, Wisudawati, dan Sulistyowati, *Hukum atas Kekayaan Intelektual*, 52.



pelanggaran telah terjadi.²¹ Upaya preventif ini penting untuk mencegah terjadinya pelanggaran merek sejak awal, terutama di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah yang masih memiliki keterbatasan pemahaman mengenai hukum kekayaan intelektual.

Dalam perkembangan perdagangan digital, kebijakan preventif tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan partisipasi aktif dari penyelenggara *marketplace*. Penyelenggara platform memiliki posisi strategis karena menjadi pihak yang menyediakan sarana bagi berlangsungnya transaksi elektronik. Oleh karena itu, pemerintah perlu membangun kerja sama yang lebih erat dengan penyelenggara *marketplace* dalam menerapkan sistem verifikasi penjual, mekanisme pelaporan pelanggaran (*notice and takedown*), serta pengawasan terhadap produk yang diduga melanggar hak atas merek.

Kolaborasi antara pemerintah dan penyelenggara *marketplace* menjadi penting mengingat besarnya jumlah produk yang diperdagangkan setiap hari. Tanpa adanya kerja sama tersebut, pengawasan yang dilakukan pemerintah akan menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari sisi sumber daya manusia maupun perkembangan teknologi. Dengan demikian, perlindungan terhadap merek di era digital memerlukan pendekatan kolaboratif yang melibatkan pemerintah, penyelenggara *marketplace*, pemilik merek, serta masyarakat sebagai konsumen.

Selain itu, pemerintah juga menerapkan kebijakan represif melalui penegakan hukum terhadap pelanggaran merek, baik melalui mekanisme perdata maupun pidana. Penegakan hukum ini bertujuan untuk memberikan efek jera kepada pelaku pelanggaran serta melindungi kepentingan pemilik merek. Dalam konteks perdagangan digital, penegakan hukum juga dapat dilakukan melalui kerja sama dengan penyelenggara platform *marketplace* untuk menindak akun atau produk yang terbukti melanggar hak atas merek.

Penegakan hukum terhadap pelanggaran merek di *marketplace* juga memerlukan kemampuan aparat penegak hukum untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi. Proses pembuktian terhadap pelanggaran merek dalam perdagangan elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan perdagangan konvensional karena melibatkan bukti elektronik, identitas digital penjual, serta aktivitas transaksi yang berlangsung melalui sistem elektronik. Oleh karena itu, koordinasi antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual,

²¹ Nanda Resa Nur Aliska dan Christine S.T. Kansil, "Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar di Indonesia dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 7 K/Pdt.Sus-HKI/2018," *Jurnal Hukum Adigama* 4, no. 2 (2021): 1028.



Kementerian Perdagangan, aparat penegak hukum, dan penyelenggara *marketplace* menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas penegakan hukum.

Namun demikian, dalam praktiknya, implementasi kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek di *marketplace* masih menghadapi berbagai kendala.²² Salah satu kendala utama adalah keterbatasan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan digital yang sangat luas dan dinamis. Selain itu, identifikasi pelaku pelanggaran juga menjadi tantangan tersendiri, mengingat banyaknya pelaku usaha yang beroperasi secara anonim di platform *marketplace*.

Kendala lainnya adalah belum optimalnya koordinasi antara pemerintah dan penyelenggara *marketplace* dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran barang palsu.²³ Meskipun beberapa platform telah memiliki sistem pelaporan terhadap pelanggaran, namun efektivitasnya masih terbatas dalam mencegah peredaran barang palsu secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang ada masih perlu diperkuat, baik dari segi regulasi maupun implementasi di lapangan.

Perkembangan perdagangan digital menuntut pemerintah untuk terus menyesuaikan kebijakan perlindungan merek dengan dinamika teknologi yang berkembang sangat cepat. Berbeda dengan perdagangan konvensional, pelanggaran merek pada platform *marketplace* dapat dilakukan dalam waktu singkat, menjangkau konsumen di berbagai wilayah, serta melibatkan penjual yang menggunakan identitas digital yang sulit diverifikasi. Kondisi tersebut menyebabkan proses pengawasan dan penegakan hukum menjadi lebih kompleks sehingga memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan mekanisme pengawasan perdagangan konvensional.

Selain itu, pemerintah juga menghadapi tantangan dalam mengawasi jumlah produk yang sangat besar yang diperdagangkan setiap hari melalui berbagai platform *marketplace*. Keterbatasan sumber daya manusia serta luasnya ruang lingkup perdagangan elektronik menyebabkan pengawasan tidak mungkin dilakukan secara manual terhadap seluruh produk yang beredar. Oleh karena itu, diperlukan pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung

²² Anisah Ahla, Nor Rifatin Nabilah, dan Nuril Auliya, "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* (2025): 34.

²³ Rizkiansyah dan Santoso, "Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace Terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang," 1530.



proses pengawasan, termasuk melalui sistem yang mampu mendeteksi indikasi pelanggaran merek secara lebih cepat.

Di sisi lain, penyelenggara *marketplace* juga memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan implementasi kebijakan pemerintah. Sebagai penyedia sistem elektronik, *marketplace* memiliki akses terhadap data penjual, aktivitas transaksi, serta informasi mengenai produk yang diperdagangkan. Oleh karena itu, kerja sama yang efektif antara pemerintah dan penyelenggara *marketplace* menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas perlindungan merek terhadap peredaran barang palsu.

Menurut penulis, penguatan kebijakan pemerintah pada masa mendatang tidak hanya perlu difokuskan pada pembentukan regulasi baru, tetapi juga pada optimalisasi implementasi regulasi yang telah ada. Peningkatan koordinasi antarinstansi, pemanfaatan teknologi digital dalam pengawasan, serta penguatan kerja sama dengan penyelenggara *marketplace* merupakan langkah yang perlu dilakukan agar perlindungan hukum terhadap merek dapat berjalan lebih efektif di era perdagangan digital.

Menurut penulis, efektivitas kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek tidak dapat diukur hanya dari banyaknya regulasi yang telah dibentuk, tetapi juga dari kemampuan regulasi tersebut untuk diimplementasikan secara konsisten dalam praktik perdagangan digital. Keberhasilan perlindungan merek sangat dipengaruhi oleh efektivitas pengawasan, kecepatan penanganan laporan pelanggaran, serta kemampuan pemerintah dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat.

Selain itu, kebijakan pemerintah juga perlu diarahkan pada pengembangan sistem pengawasan berbasis teknologi yang mampu mendeteksi indikasi pelanggaran merek secara lebih dini. Pendekatan tersebut akan lebih efektif dibandingkan hanya mengandalkan mekanisme pelaporan dari pemilik merek setelah pelanggaran terjadi. Dengan demikian, perlindungan merek di era perdagangan digital diharapkan tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga mampu mencegah terjadinya pelanggaran sejak awal.

Dengan demikian, kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu di *marketplace* masih memerlukan penguatan, khususnya dalam aspek pengawasan dan penegakan hukum. Diperlukan kebijakan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta kerja sama yang lebih intensif antara pemerintah, pelaku usaha,



dan penyelenggara marketplace untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan berkeadilan.

4. Tantangan dan Upaya Penguatan Kebijakan Pemerintah dalam Perlindungan Merek di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perdagangan dari sistem konvensional menuju perdagangan berbasis elektronik yang berlangsung secara cepat, terbuka, dan lintas wilayah. Perubahan tersebut memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui platform *marketplace*. Namun demikian, perkembangan tersebut juga menghadirkan tantangan baru bagi pemerintah dalam memberikan perlindungan terhadap hak atas merek. Karakteristik perdagangan digital yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa tatap muka serta melibatkan penjual dari berbagai daerah bahkan luar negeri menyebabkan pengawasan terhadap penggunaan merek menjadi semakin kompleks dibandingkan dengan perdagangan konvensional.

Salah satu tantangan utama adalah tingginya jumlah produk yang diperdagangkan setiap hari melalui berbagai platform *marketplace*. Kondisi tersebut semakin diperumit dengan banyaknya produk yang menggunakan istilah seperti "KW", "replika", "grade ori", maupun istilah lain yang menunjukkan kemiripan dengan produk bermerek sehingga pengawasan terhadap pelanggaran merek menjadi semakin sulit dilakukan.²⁴ Dalam kondisi tersebut, pemerintah menghadapi keterbatasan untuk melakukan pengawasan secara langsung terhadap seluruh aktivitas perdagangan elektronik. Selain jumlah produk yang sangat besar, pelaku pelanggaran juga sering memanfaatkan berbagai cara untuk menghindari pengawasan, seperti menggunakan identitas yang tidak lengkap, membuat beberapa akun penjual, maupun membuka kembali toko daring setelah akun sebelumnya ditutup akibat pelanggaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pola pengawasan konvensional tidak lagi memadai untuk menghadapi dinamika perdagangan digital yang berkembang sangat cepat.

Di samping itu, karakter perdagangan elektronik yang bersifat lintas wilayah juga menjadi tantangan tersendiri dalam implementasi kebijakan pemerintah. Produk yang dipasarkan melalui *marketplace* tidak selalu berasal dari wilayah Indonesia, melainkan dapat berasal dari luar negeri dan dipasarkan kembali kepada konsumen melalui sistem perdagangan

²⁴ Muhammad Arkan dan R. Rahaditya, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 1 (2023): 633.



elektronik. Keadaan tersebut menyebabkan perlindungan terhadap merek tidak hanya berkaitan dengan penegakan hukum nasional, tetapi juga memerlukan koordinasi dengan berbagai instansi pemerintah serta kerja sama dengan penyelenggara platform digital dalam mengawasi arus barang yang masuk ke Indonesia. Hal tersebut menjadi penting karena pada dasarnya perlindungan terhadap merek tidak hanya bertujuan memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek, tetapi juga mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat serta memberikan kepastian bagi konsumen dalam membedakan asal barang atau jasa yang diperdagangkan.²⁵

Menurut penulis, tantangan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas perlindungan merek di era digital tidak lagi cukup hanya mengandalkan keberadaan regulasi yang bersifat normatif. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Yulia yang menyatakan bahwa perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual diperlukan untuk menjamin hak eksklusif pemilik HKI, menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat, serta mendorong pemilik hak untuk terus mengembangkan inovasi dan mengalihkan teknologinya.²⁶ Pemerintah perlu mengembangkan kebijakan yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, baik melalui pemanfaatan sistem pengawasan berbasis digital maupun peningkatan kapasitas aparat dalam menangani pelanggaran yang terjadi melalui media elektronik. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap merek harus dipahami sebagai proses yang bersifat dinamis dan terus berkembang mengikuti perubahan pola perdagangan. Penguatan kebijakan perlindungan merek juga diperlukan sebagai bagian dari upaya Indonesia memenuhi komitmen internasional dalam memberikan perlindungan hak kekayaan intelektual yang efektif sesuai dengan standar WTO dan TRIPS Agreement.²⁷

Dalam rangka memperkuat implementasi kebijakan tersebut, pemerintah juga perlu mempererat kerja sama dengan penyelenggara *marketplace*. Sebagai penyelenggara sistem elektronik, *marketplace* memiliki akses terhadap data penjual, aktivitas transaksi, serta informasi mengenai produk yang dipasarkan. Posisi tersebut menjadikan penyelenggara *marketplace* sebagai mitra strategis pemerintah dalam mendeteksi dan menindak dugaan pelanggaran merek sejak tahap awal. Selain itu, diperlukan pengaturan yang lebih tegas

²⁵ Dahris Siregar, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual* (Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 17–18.

²⁶ Yulia, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021), 17–18.

²⁷ Prof. Dr. Insan Budi Maulana, S.H., LL.M., dkk., *Hak Kekayaan Intelektual: Teori dan Permasalahan* (Depok: PT Rajawali Buana Pusaka, 2024), hlm. 11–12.



mengenai bentuk pertanggungjawaban penyelenggara marketplace agar tidak hanya berperan sebagai penyedia platform, tetapi juga memiliki kewajiban untuk melakukan pengawasan terhadap konten yang diperdagangkan pada sistem elektronik yang dikelolanya.²⁸ Oleh karena itu, pengembangan mekanisme pelaporan yang lebih efektif, verifikasi identitas penjual, serta pengawasan terhadap produk yang diperdagangkan perlu terus ditingkatkan.

Selain kerja sama dengan penyelenggara *marketplace*, peningkatan kesadaran hukum masyarakat juga menjadi bagian penting dalam memperkuat perlindungan merek. Tingginya permintaan terhadap barang palsu menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih lebih mempertimbangkan harga dibandingkan legalitas maupun keaslian produk yang dibeli. Oleh karena itu, pemerintah perlu terus meningkatkan program edukasi mengenai pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual, manfaat menggunakan produk asli, serta dampak ekonomi dan hukum dari peredaran barang palsu. Edukasi tersebut tidak hanya ditujukan kepada pelaku usaha, tetapi juga kepada konsumen sebagai pihak yang berperan dalam menentukan permintaan pasar.

Pemanfaatan teknologi juga perlu menjadi bagian dari strategi penguatan kebijakan pemerintah. Perkembangan *artificial intelligence*, *big data*, dan sistem analisis digital dapat dimanfaatkan untuk membantu proses identifikasi terhadap produk yang diduga melanggar hak atas merek. Penggunaan teknologi tersebut juga perlu didukung dengan sistem pengawasan yang bersifat proaktif, sehingga penanganan pelanggaran tidak hanya dilakukan setelah adanya laporan dari pemegang hak, tetapi mampu mendeteksi indikasi pelanggaran sejak tahap awal.²⁹ Meskipun teknologi tersebut tidak dapat menggantikan proses penegakan hukum secara keseluruhan, penggunaannya dapat membantu meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap jutaan produk yang diperdagangkan setiap hari melalui berbagai platform *marketplace*. Dengan demikian, kebijakan pemerintah tidak hanya bersifat reaktif setelah terjadi pelanggaran, tetapi juga mampu mencegah terjadinya pelanggaran sejak tahap awal.

Pada akhirnya, keberhasilan perlindungan merek di era perdagangan digital memerlukan sinergi antara pemerintah, penyelenggara *marketplace*, pemilik merek, pelaku

²⁸ Muhammad Arkan dan R. Rahaditya, "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Fenomena Pelanggaran Merek di Marketplace," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 8, no. 1 (2023): 636–637.

²⁹ Agung Prabowo Widyasaputro, Dewi Iryani, dan Gradios Nyoman Tio Rae, "Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen," *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis* 7, no. 4 (2026): 6 dan 12.



usaha, dan masyarakat sebagai konsumen. Menurut penulis, perlindungan hukum terhadap merek tidak dapat dibebankan hanya kepada pemerintah sebagai regulator, melainkan harus menjadi tanggung jawab bersama seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem perdagangan digital. Melalui kolaborasi tersebut, diharapkan perlindungan terhadap hak atas merek dapat berjalan lebih efektif, memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perdagangan elektronik, serta menciptakan iklim usaha yang sehat dan berdaya saing.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemerintah dalam perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform *marketplace* di Indonesia pada dasarnya telah memiliki landasan hukum yang cukup memadai melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Keberadaan berbagai regulasi tersebut menunjukkan adanya komitmen pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik merek sekaligus menciptakan kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan digital. Selain melalui pembentukan regulasi, pemerintah juga telah menerapkan berbagai kebijakan yang bersifat preventif maupun represif melalui kegiatan sosialisasi, edukasi, pendaftaran merek, pengawasan, serta penegakan hukum terhadap pelanggaran hak atas merek.

Namun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan regulasi tersebut belum sepenuhnya mampu menekan praktik penjualan barang palsu pada platform *marketplace*. Perkembangan perdagangan elektronik yang sangat pesat, tingginya jumlah pelaku usaha yang beroperasi secara digital, penggunaan identitas anonim, serta keterbatasan pengawasan menjadi faktor utama yang memengaruhi efektivitas implementasi kebijakan pemerintah. Selain itu, koordinasi antara pemerintah, penyelenggara *marketplace*, dan pemilik merek masih memerlukan penguatan agar penanganan terhadap pelanggaran merek dapat dilakukan secara lebih cepat, tepat, dan efektif.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan merek di era perdagangan digital tidak lagi dapat hanya mengandalkan pendekatan regulatif semata. Efektivitas perlindungan hukum sangat dipengaruhi oleh



implementasi kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, pemanfaatan sistem pengawasan berbasis digital, serta kolaborasi yang berkesinambungan antara pemerintah, penyelenggara *marketplace*, pemilik merek, dan masyarakat sebagai konsumen. Dengan demikian, keberhasilan perlindungan merek tidak hanya ditentukan oleh banyaknya regulasi yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan seluruh pemangku kepentingan dalam melaksanakan regulasi tersebut secara konsisten.

Oleh karena itu, pemerintah perlu memperkuat sistem pengawasan terhadap perdagangan elektronik melalui pemanfaatan teknologi digital, peningkatan koordinasi antarinstansi, serta kerja sama yang lebih intensif dengan penyelenggara *marketplace* dalam mengidentifikasi dan menindak produk yang diduga melanggar hak atas merek. Di samping itu, penyelenggara *marketplace* juga diharapkan terus meningkatkan mekanisme verifikasi penjual serta efektivitas sistem pelaporan terhadap pelanggaran merek. Sementara itu, masyarakat sebagai konsumen perlu didorong untuk lebih selektif dalam memilih produk dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan produk asli sebagai bentuk penghormatan terhadap hak kekayaan intelektual.

Dengan demikian, perlindungan merek terhadap penjualan barang palsu pada platform *marketplace* hanya dapat terwujud secara optimal apabila terdapat sinergi yang kuat antara pemerintah, penyelenggara *marketplace*, pelaku usaha, dan masyarakat. Sinergi tersebut diharapkan mampu menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman, adil, berdaya saing, serta memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak yang terlibat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. iur. Asmin Fransiska, S.H., LL.M., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, atas dukungan yang diberikan dalam proses penulisan artikel ini. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada Ibu Ninin Ernawati, S.H., M.H., selaku *Journal Manager* Jurnal Gloria Justitia, serta kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis berharap artikel ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan berkontribusi bagi pengembangan ilmu hukum.

Kontribusi Penulis

Konseptualisasi, Metodologi, Validasi, Analisis Formal, Penulisan Naskah Awal sampai akhir: Setyaki



Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

Pernyataan Komite Etik

Tidak tersedia.

Pernyataan Persetujuan Setelah Penjelasan

Tidak tersedia.

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak tersedia.

Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini.

Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Buatan Generatif

Dalam proses penyusunan artikel ilmiah ini, penulis menggunakan ChatGPT untuk membantu menyusun naskah awal, menyempurnakan redaksi akademik, dan meningkatkan kejelasan argumentasi. Penulis juga menggunakan Grammarly untuk memperbaiki tata bahasa, keterbacaan, dan kualitas bahasa secara keseluruhan. Setelah menggunakan perangkat tersebut, penulis menelaah, merevisi, dan memvalidasi seluruh isi naskah secara cermat guna memastikan keakuratan dan koherensi tulisan. Penulis bertanggung jawab penuh atas seluruh isi publikasi ini.

Pernyataan Etika Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menggunakan metode studi kepustakaan dengan menganalisis bahan hukum yang relevan. Penelitian ini tidak melibatkan partisipan manusia, hewan, wawancara, atau survei sehingga tidak memerlukan persetujuan etik penelitian yang melibatkan subjek manusia atau hewan.

Akses Terbuka

©2026. Hak cipta dilindungi dan tetap berada pada penulis, sepanjang tidak ditentukan lain berdasarkan perjanjian publikasi. Artikel ini tersedia secara terbuka untuk dibaca dan diakses bagi kepentingan pendidikan, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Penggunaan dan pengutipan artikel wajib



menghormati hak cipta, mencantumkan nama penulis, serta menyebutkan sumber publikasi secara tepat sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahla, Anisah, Nor Rifatin Nabilah, dan Nuril Auliya. "Analisis Hukum Penyalahgunaan Merek Terkenal dalam Peredaran Produk Palsu di Marketplace." *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* (2025): 1–11.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. "Maraknya Peredaran Barang Palsu di Indonesia." Diakses 2 Juli 2026. <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-soroti-maraknya-peredaran-barang-palsu-di-indonesia-dorong-sinergi-dan-kesadaran-masyarakat>.
- Hana, Ubaid Aisyul, dan Mohammad Wildan Fairus Ilmi. "Efektivitas Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang." *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)* 5, no. 1 (2025).
- Kusumawardhana, Raden Fajar Agung. "Efektivitas Prinsip *First to File* dalam Perlindungan Hukum Merek di Indonesia." *Privat Law* 11, no. 1 (Januari–Juni 2023).
- Maulana, Insan Budi, Rr. Aline Gratika Nugrahani, Simona Bustami, Suci Lestari, dan Rakhmita Desmayanti. *Hak Kekayaan Intelektual: Teori dan Permasalahan*. Depok: PT Rajawali Buana Pusaka, 2024.
- Masrifah, dan Rani Apriani. "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Jenis Merek Dagang pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 2.D (2025): 171–178.
- Nainggolan, Bernard. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual di Era Digital*. Yogyakarta: Publika Global Media, 2021.
- Ramadhani, Novia Sekar, Yolanda Esti Ningtiyas, dan Sri Handayani. "Tanggung Jawab Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu (*Product Counterfeit*) dalam Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Indonesian Journal of Law and Justice* 3, no. 3 (2026).
- Ramadhan, M. Citra, Fitri Yanni Dewi Siregar, dan Bagus Firman Wibowo. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan: Universitas Medan Area Press, 2023.



- Rizkiansyah, Mohammad Daffa, dan Budi Santoso. "Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace Terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang." *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4, no. 3 (2025).
- Santoso, Aris Prio Agus, Tri Wisudawati, dan Endang Sulistyowati. *Hukum atas Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023.
- Siregar, Dahris. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Utama, Alvin Mulia, dan Devica Rully Masrur. "Perlindungan Merek Terkenal dalam Perspektif Hukum Indonesia di Era Perdagangan Elektronik." *Notarius* 13, no. 2 (2020).
- Widyasaputro, Agung Prabowo, Dewi Iryani, dan Gradios Nyoman Tio Rae. "Pertanggungjawaban Hukum Platform Marketplace atas Penjualan Barang Palsu dan Dampaknya terhadap Perlindungan Konsumen." *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis* 7, no. 4 (2026).
- Yulia. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1.
- Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.

