

# PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS PELANGGARAN MEREK DI MARKETPLACE (Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)



SYARIFAH ANDINI NUR INSANI

B011201325

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



# PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS PELANGGARAN MEREK DI MARKETPLACE (Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)



**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI**

**B011201325**

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**



**HALAMAN JUDUL**

**PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS  
PELANGGARAN MEREK DI *MARKETPLACE*  
(Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Disusun dan diajukan oleh:

**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI**  
NIM. **B011201325**

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS  
PELANGGARAN MEREK DI *MARKETPLACE*  
(Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)**

Disusun dan diajukan oleh

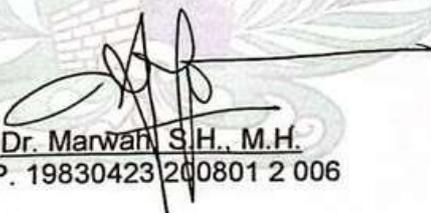
**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI  
B011201325**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam  
rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Hukum  
Keperdataan Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Hasanuddin

Pada Hari Rabu, 9 Oktober 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing

  
**Dr. Marwan, S.H., M.H.**  
NIP. 19830423 200801 2 006



  
**Dr. Muhammad Ilham Arisaputra, S.H., M.Kn.**  
NIP. 19840818 201012 1 005

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS**  
**PELANGGARAN MEREK DI *MARKETPLACE***  
**(Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)**

Diajukan dan disusun oleh:

**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI**  
NIM. **B011201325**

Untuk Tahap UJIAN SKRIPSI  
Pada Tanggal 9 Oktober 2024

Menyetujui:

Penasehat

Pembimbing



Dr. Marwah, S.H., M.H.

NIP. 19830423 200801 2 006



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS HUKUM

Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Kota Makassar 90245, Propinsi Sulawesi Selatan  
Telp : (0411) 587219,546686, Website: <https://lawfaculty.unhas.ac.id>

**PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI**

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : SYARIFAH ANDINI NUR INSANI  
N I M : B011201325  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Departemen : Hukum Keperdataan  
Judul Skripsi : Perlindungan Pemegang Hak Merek atas Pelanggaran Merek di Marketplace (Ditinjau dari Kebijakan Safe Harbour)

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Oktober 2024



Prof. Dr. Hamzah Halim, SH., M.H., M.A.P.  
NIP. 19737231 199903 1 003

## PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : SYARIFAH ANDINI NUR INSANI  
NIM : B011201325  
Program Studi : Sarjana Ilmu Hukum/ Sarjana Hukum Keperdataan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan skripsi yang berjudul **PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK ATAS PELANGGARAN MEREK DI *MARKETPLACE* (Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)** adalah benar-benar karya saya sendiri. Adapun yang bukan merupakan karya saya dalam penulisan Skripsi ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Makassar, 16 Juni 2024

Yang membuat Pernyataan,



Syarifah Andini Nur Insani

NIM. B011201325

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik yang berjudul **“Perlindungan Pemegang Hak Merek Atas Pelanggaran Merek Di Marketplace (Ditinjau Dari Kebijakan Safe Harbour)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.

Shalawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang setia hingga akhir zaman. Semoga kita semua senantiasa mendapatkan syafaat dan rahmat-Nya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Banyak pihak yang berperan dan berkontribusi yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.** selaku Rektor Universitas Hasanuddin, **Prof. drg. Muhammad Ruslin, M. Kes., Ph.D., Sp.BM(K).** selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, **Prof.**

**Subehan S.Si., M.Pharm., Sc., Ph.D., Apt.** selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan, dan Keuangan, **Prof. Dr. Farida Patittingi, S.H., M. Hum.** selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya Manusia, Alumni, dan Sistem Informasi, **Prof. Dr. Eng. Adi Maulana, S.T., M.Phil.** selaku Wakil Rektor Bidang Kemitraan, Inovasi, Kewirausahaan dan Bisnis;

2. **Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H., M.H., M.A.P.** selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, **Prof. Dr. Maskun, S.H., LL.M.** selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, **Prof. Dr. Iin Karita Sakharina, S.H., M.A.** selaku Wakil Dekan Bidang Perencanaan dan Sumber Daya Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, **Dr. Ratnawati, S.H., M.H.** selaku Wakil Dekan Bidang Kemitraan, Riset, Inovasi, dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;

3. **Kedua orang tua penulis** yakni bapak S. Abdillah Assagaf, SS., M. Hum. dan ibu dr. Yusriani Bahar atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil, mulai dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. **Dr. Marwah, S.H., M.H.** selaku pembimbing yang senantiasa menyediakan waktunya untuk dapat berdiskusi, membimbing dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;

5. **Dr. Padma D. Liman, S.H., M. H.** dan **Fadilla Jamila S.H., LL.M.** selaku tim penilai yang memberikan saran dan masukan yang membangun kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini menjadi jauh lebih baik;
6. **Andi Kurniawati, S.H., M.H.** yang senantiasa menyediakan waktunya untuk dapat berdiskusi, membimbing dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
7. Terkhusus kepada Levi Ackerman yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
8. Chaerunnisa Aliah dan Aza Niamatul Lafifah, sebagai teman seperjuangan penulis.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala senantiasa membalas semua kebaikan dengan penuh rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga pada akhirnya, penulis mengucapkan permohonan maaf apabila skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Tak ada gading yang tak retak, seperti itulah kata pepatah. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan guna untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Harapan Penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum merek dan kebijakan *Safe Harbour*.

Makassar, 1 Oktober 2024

Penulis



SYARIFAH ANDINI NUR INSANI

## ABSTRAK

**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI (B011201325). “Perindungan Pemegang Hak Merek Atas Pelanggaran Merek Di Marketplace (Ditinjau Dari Kebijakan Safe Harbour)”**. Dibimbing oleh Marwah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan *safe harbour* terhadap kerugian pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di *marketplace* Shopee dan Tokopedia serta menguraikan bentuk pertanggungjawaban *marketplace* dan pedagang (*merchant*) terhadap kerugian pemegang hak atas merek ditinjau dari kebijakan *safe harbour*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian dilakukan secara virtual di laman *marketplace* Shopee dan Tokopedia. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebijakan *Safe Harbour* dalam PP PMSE dan SE Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 berdampak signifikan terhadap kerugian pemegang hak merek di Shopee dan Tokopedia. Verifikasi awal terhadap pedagang (*merchant*) belum dilakukan, sehingga banyak pedagang (*merchant*) yang tidak memenuhi syarat namun masih menawarkan dan menjual barang. Penanganan laporan pelanggaran HKI juga tidak mematuhi ketentuan 14 hari kalender, dan metode *blacklist* memperlambat filtrasi konten, sehingga menyebabkan pelanggaran hak kekayaan intelektual dapat bertahan lebih lama. Berdasarkan hasil penelitian, hal tersebut belum efektif dalam menimbulkan efek jera dan memungkinkan pelanggaran berulang yang merugikan pemegang hak merek dan konsumen. Meskipun bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan konten, Shopee dan Tokopedia dapat terbebas dari tanggung jawab jika kesalahan berasal dari pedagang (*merchant*) atau pembeli. *Marketplace* harus menindak pelanggaran hak kekayaan intelektual sesuai mekanisme pelaporan, sementara pedagang (*merchant*) tetap bertanggung jawab penuh atas konten dan transaksi, termasuk pelanggaran hak merek. *Marketplace* berfungsi sebagai perantara dalam penghapusan atau pemblokiran konten, sedangkan pedagang (*merchant*) menanggung risiko hukum dan kewajiban ganti rugi.

Kata Kunci: *Marketplace*; Merek; *Safe Harbour*.

## **ABSTRACT**

**SYARIFAH ANDINI NUR INSANI (B011201325). “Protection Of Trademark Holders Against Trademark Infringement In Marketplaces (Reviewed From The Perspective Of Safe Harbour Policies)”.** Supervised by **Marwah**.

*This research aims to analyze the impact of the Safe Harbour policy on trademark holders' losses due to trademark infringements on the Shopee and Tokopedia marketplaces, and to outline the responsibility of marketplaces and merchants for such losses under the Safe Harbour policy.*

*The study employs an empirical legal research method with data collection techniques including interviews and literature review. The research was conducted virtually on the Shopee and Tokopedia marketplace websites. The types and sources of data used include primary and secondary data. Data analysis for this study was carried out qualitatively and presented in a descriptive format.*

*The research reveals that the Safe Harbour policy outlined in PP PMSE and SE Menkominfo No. 5 of 2016 has had a significant impact on trademark holders' losses on Shopee and Tokopedia. Preliminary verification of merchants has not been conducted, resulting in many merchants who do not meet the requirements still offering and selling goods. Additionally, the handling of intellectual property infringement reports does not comply with the stipulated 14-calendar-day timeframe, and the blacklisting method slows down content filtration, resulting in prolonged intellectual property rights violations. According to the study's findings, this approach has not been effective in creating a deterrent effect, allowing for repeated violations that harm both trademark holders and consumers. Although Shopee and Tokopedia are responsible for managing and supervising content, they can be exempt from liability if the fault lies with the merchants or buyers. Marketplaces must take action against intellectual property rights violations in accordance with the reporting mechanisms, while merchants remain fully accountable for their content and transactions, including trademark infringements. The marketplace acts as an intermediary in the removal or blocking of content, while the merchants bear the legal risks and liabilities for damages.*

**Keywords:** Marketplace; Safe Harbour; Trademark

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN/ ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Orisinalitas/ Keaslian Peneltian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	20
A. <i>Safe Harbour Policy</i> .....	20
1. Pengertian <i>Safe Harbour Policy</i> .....	20
2. Dasar Hukum <i>Safe Harbour Policy</i> .....	21
B. Perjanjian Jual Beli.....	22
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	22
2. Asas Hukum Perjanjian Jual Beli.....	26
3. Tanggung Jawab dan Kewajiban para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli di <i>Marketplace</i> .....	28
C. Perlindungan Konsumen.....	32
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	32
2. Konsumen.....	34

3. Pelaku Usaha.....	36
4. Pencantuman Klausul Eksonerasi pada Perjanjian Baku dalam UUPK .....	37
5. Objek yang Tidak Boleh Diperjualbelikan dan Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha.....	39
D. Hak Kekayaan Intelektual dan Merek.....	42
1. Pengertian dan Jenis Hak Kekayaan Intelektual.....	42
2. Pengertian Merek.....	43
3. Jenis-jenis Merek dan Hak Atas Merek.....	44
4. Perlindungan Hukum Terhadap Merek.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
A. Tipe Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Populasi dan Sampel.....	49
D. Jenis dan Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Akibat Hukum Kebijakan <i>Safe Harbour</i> Terhadap Kerugian Pemegang Hak Atas Merek Akibat Pelanggaran Merek di <i>Marketplace</i> Shopee dan Tokopedia.....	52
B. Tanggung Jawab <i>Marketplace</i> dan Pedagang ( <i>Merchant</i> ) Terhadap Kerugian Pemegang Hak Atas Merek Ditinjau dari Kebijakan <i>Safe Harbour</i> .....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sarana Pelaporan Pelanggaran HKI yang Disediakan oleh Shopee .....	62
Gambar 4.2 Sarana Pelaporan Pelanggaran HKI yang Disediakan oleh Tokopedia.....	63
Gambar 4.3 Contoh Dokumentasi yang Diperlukan, Tergantung Pada Sifat Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual yang Dilaporkan Di Shopee.....	94

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan manusia di dalam berbagai bidang. Perkembangan yang paling signifikan adalah internet, di mana penggunaannya terdapat manfaat yang dapat mempermudah kehidupan manusia, namun disamping itu juga dapat menimbulkan kerugian jika kemudahan yang terdapat dalam penggunaan internet tersebut disalahgunakan. Praktik jual beli yang dilakukan secara *online* merupakan salah satu bentuk pemanfaatan internet untuk memajukan kehidupan ekonomi masyarakat. Dengan melakukan jual beli secara *online* maka skala pemasaran akan memiliki jangkauan lebih luas. Oleh sebab itu penjual dan pembeli sama-sama mendapat keuntungan.

Kegiatan atau aktivitas perdagangan secara elektronik yang meliputi jual beli produk dan layanan melalui internet tersebut dikenal sebagai *e-commerce*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia juga mendefinisikan *e-commerce* sebagai “segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet)”.<sup>1</sup> Adapun tempat atau wadah dimana praktik jual beli secara

---

<sup>1</sup> Sugiharto, 2021, “*Memfaatkan E-Commerce Dengan Benar*”, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Artikel DJKN,

elektronik tersebut berlangsung salah satunya dapat melalui platform *marketplace*. *Marketplace* berperan sebagai perantara yang menghubungkan penjual dan pembeli serta bertanggung jawab melakukan pengelolaan situs dan sebagainya. Di dalam *e-commerce* terdapat empat jenis kegiatan yaitu:

1. B2B atau *Business to Business* yang merupakan kegiatan jual beli yang para pihaknya adalah perusahaan contohnya adalah *Electronic City*.
2. B2C atau *Business to Consumer* yang terjadi saat perusahaan menawarkan langsung produk atau layanan kepada konsumen, contohnya adalah Shopee dan Tokopedia. Adapun penelitian ini hanya akan berfokus pada pembahasan terkait jenis kegiatan B2C atau *Business to Consumer*.
3. C2C yaitu ketika konsumen menjual barang ke konsumen lainnya secara individu atau dengan kata lain penjualan kembali barang yang pernah dibeli, adapun contoh kegiatan C2C ini dapat dijumpai pada OLX dan Kaskus.
4. C2B atau *Customer to Business* ketika individu menjual produk atau jasa kepada suatu perusahaan contohnya ketika seorang *graphic designer* membuat logo untuk perusahaan atau ketika seorang penulis membuat tulisan untuk penerbit.<sup>2</sup>

---

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>, Diakses pada 1 Januari 2024.

<sup>2</sup> *Ibid.*

Berdasarkan Pasal 1457 BW “Jual-beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Seiring dengan perkembangan zaman yang memasuki era digitalisasi, praktik jual beli kini dapat dijumpai dan dilakukan melalui media elektronik. Salah satunya adalah platform perdagangan melalui sistem elektronik yang berbentuk *user generated content* (UGC). 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*, mendefinisikan UGC sebagai:

“Platform perdagangan dimana masyarakat dapat mengajukan diri menjadi anggota atau memiliki akun pada platform serta memasukkan data dan/ atau informasi ke dalam platform. Platform menyediakan informasi penjual, barang, dan/ atau jasa yang dijual secara *daring (online)* sehingga menciptakan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.”

Di balik manfaat dan kemudahan yang terdapat di dalam platform perdagangan tersebut, kerap dijumpai penyalahgunaan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat di dalam *e-commerce*. Salah satu penyalahgunaan yang sering terjadi adalah pedagang (*merchant*) yang dengan sengaja memasukan data atau informasi palsu. Hal tersebut dilakukan secara tidak bertanggung jawab yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan maupun tujuan lain. Dalam hal ini pelaku

usaha memiliki kebebasan memproduksi suatu produk dengan tidak mengikuti standar yang telah ditentukan oleh pemerintah.<sup>3</sup> Kadang terjadi pula pelaku usaha yang secara leluasa melakukan promosi terhadap produk-produk yang mereka hasilkan dengan cara mengelabui konsumen atau bahkan memanfaatkan ketidaktahuan konsumen mengenai produk tersebut.<sup>4</sup> Adapun salah satu dampak yang timbul karena hal tersebut adalah maraknya penjualan barang palsu dan informasi palsu terkait spesifikasi produk dalam praktik jual beli di *marketplace* dengan menggunakan merek tanpa izin pemegang hak atas merek maupun pihak yang diberi kuasa sehingga perbuatan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran merek.

Terdapat beberapa contoh pelanggaran merek, salah satunya dapat dijumpai pada akun di aplikasi Shopee yang menjual jam tangan dengan merek terkenal yaitu Seiko dengan harga puluhan ribu rupiah. Sedangkan pada *web official* Jamtangan.com yang merupakan platform penjualan yang menjual produk jam tangan yang asli, harga dari jam tangan dengan merek tersebut antara Rp 2.074.000. sampai dengan Rp. 18.700.000.<sup>5</sup> Selanjutnya contoh lain dapat dijumpai pada penjualan salah satu jenis dompet dengan merek Charles & Keith dengan nomor item CK6-10681030-3\_BLACK\_XXS yang pada *web*

---

<sup>3</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, 2017, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*, Surakarta: CV Pustaka Bengawan. hlm. 9.

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Jamtangan.com, 2024, <https://www.jamtangan.com/c/jam-tangan?brand=seiko>, Jamtangan.com, Diakses pada 20 Juli 2024.

Charles & Keith dijual dengan kisaran harga Rp. 399.000.<sup>6</sup> Sedangkan pada salah satu akun di aplikasi Shopee menjual dompet yang sama dengan harga jauh lebih murah yaitu Rp. 90.000. sampai dengan Rp. 92.000.<sup>7</sup>

Sementara itu pada Maret 2024 Polresta Bandung berhasil mengungkap kasus perdagangan barang ilegal sepatu bermerek palsu dengan dua orang terduga pelaku yaitu LS dan CI. Kedua pelaku tersebut menjual sepatu dengan merek Nike dan Converse melalui *marketplace* Shopee dengan nama toko gudang\_sepatubdg sejak Oktober 2022. Pemegang lisensi merek akhirnya melaporkan kepada Polresta Bandung setelah gagal mencapai kesepakatan perdamaian dengan pelaku yaitu LS dan CI.<sup>8</sup>

Selain kasus gugatan pemegang hak merek kepada penjual di dalam *marketplace*, terdapat pula kasus mengenai gugatan yang dilayangkan pemilik merek terkenal terkait pelanggaran merek terhadap *marketplace* yang terjadi di Belgia yaitu kasus Lancome melawan e-Bay. Sebagai penggugat dalam kasus ini, Lancome berusaha menghentikan e-Bay menampilkan hal-hal yang diyakini melanggar hak kekayaan intelektualnya, seperti iklan yang dianggap tiruan, replika,

---

<sup>6</sup> Charles & Keith, [https://www.charleskeith.co.id/id/CK6-10681030-3\\_BLACK-ID.html](https://www.charleskeith.co.id/id/CK6-10681030-3_BLACK-ID.html), Charles & Keith, Diakses pada 4 September 2024.

<sup>7</sup> Sundae Store, [https://s.shopee.co.id/qQRsmZPyr?share\\_channel\\_code=1](https://s.shopee.co.id/qQRsmZPyr?share_channel_code=1), Shopee, Diakses pada 4 September 2024.

<sup>8</sup> Ziyah M Nasyith, 5 Maret 2024, "Jual Sepatu Palsu Merek Terkenal Lewat Marketplace, CI dan Ls Terancam 5 Tahun Penjara", <https://www.koran-gala.id/news/58712066776/jual-sepatu-palsu-merek-terkenal-lewat-marketplace-ci-dan-ls-terancam-5-tahun-penjara>, Koran Gala, Diakses pada 5 Mei 2024.

atau salinan barang Lancome. Meskipun demikian, Pengadilan Niaga Brussel memutuskan bahwa e-Bay dibebaskan dari tanggung jawab karena kurangnya kesadaran mengenai konten terlarang yang ditempatkan di situsnya. Segera setelah e-Bay mengetahui keberadaan informasi tersebut, e-Bay menghapus atau mencegah akses ke informasi tersebut. Oleh karena itu, e-Bay memperoleh perlindungan hukum berdasarkan Pasal 12 hingga 15 *E-Commerce Directive*.

*E-Commerce Directive* berfungsi sebagai landasan hukum untuk perdagangan elektronik, menghilangkan hambatan untuk layanan perdagangan lintas batas di negara-negara anggota Uni Eropa dan menawarkan kepastian hukum kepada publik dan operator perusahaan. Dalam hal ini, e-Bay menegaskan bahwa sistem operasinya mematuhi Pasal 12 *E-Commerce Directive* karena hanya menyampaikan informasi. Selain itu, sesuai Pasal 13 *E-Commerce Directive*, e-Bay adalah *e-commerce* yang menyimpan informasi secara otomatis dan sementara. Kemudian, aktivitas hosting yaitu, tindakan menyimpan data yang diberikan oleh penerima layanan kebal dari tanggung jawab berdasarkan Pasal 14 *E-Commerce Directive*. Selanjutnya, Pasal 15 menetapkan bahwa tidak ada kewajiban umum untuk memantau informasi yang *dihosting* e-Bay.<sup>9</sup>

Selanjutnya, di Indonesia selama periode tahun 2017 hingga Februari 2023, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) telah

---

<sup>9</sup> *Ibid.* hlm. 15-16.

menerima 1.136 aduan masyarakat terkait *e-commerce*.<sup>10</sup> Di sisi lain, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) juga memperoleh data terkait keluhan konsumen. YLKI mencatat bahwa dalam tujuh tahun terakhir barang palsu dalam praktik jual beli *online* termasuk ke dalam keluhan yang dominan dikeluhkan oleh konsumen.<sup>11</sup> 13% dari 943 keluhan yang diterima pada tahun 2023 terkait dengan *e-commerce*, menurut data dari laporan YLKI untuk tahun 2023. Secara khusus, pengembalian dana secara instans di *e-commerce* menyumbang persentase laporan tertinggi yaitu 23,4%. Persentase tertinggi berikutnya adalah 14,8% untuk penipuan atau pembobolan, 5,5% untuk barang yang tidak terkirim, 4,7% untuk masalah pengiriman, 3,9% untuk barang yang tidak sampai kepada pembeli, 3,1% untuk masalah informasi, 1,6% untuk kesalahan aplikasi, dan 0,8% untuk barang yang hilang.<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian tersebut diperlukan pertanggungjawaban kepada pihak yang dirugikan yaitu pembeli atau konsumen, pemegang atau pemilik hak merek, maupun pihak lain yang dirugikan. Pihak yang

---

<sup>10</sup> Novina Putri Bestari, 2 Maret 2023, "*Korban Penipuan E-Commerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru!*", <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru>, CNBC Indonesia, Diakses pada 5 Juli 2024.

<sup>11</sup> Dinno Baskoro, 23 Februari 2023, "*Barang Palsu di Marketplace Jadi Keluhan Pembeli*", <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/23/153355020/barang-palsu-di-marketplace-jadi-keluhan-pembeli>, Kompas, Diakses pada 5 Juli 2024.

<sup>12</sup> Dwi Rachmawati, 23 Januari 2024, "*YLKI Ungkap Pengaduan Konsumen Terbanyak di Sektor E-Commerce*", <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240123/12/1734816/yлки-ungkap-pengaduan-konsumen-terbanyak-di-sektor-e-commerce#:~:text=Bisnis.com%2C%20JAKARTA%20%2D%20Data,selama%202023%20sebanyak%20943%20pengaduan>, Bisnis.com, Diakses pada 4 September 2024.

seharusnya bertanggung jawab dalam hal ini adalah penyedia platform dan pedagang (*merchant*).

Menanggapi hal tersebut maka pemerintah membuat pedoman yang berisi seperangkat aturan terkait pembatasan tanggung jawab bagi penyedia platform dan pengguna dalam penyelenggaraan praktik jual beli di *marketplace* yang dikenal dengan *safe harbour policy*. Namun dengan hadirnya *safe harbour policy* yang pada awalnya dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum bagi penyedia platform justru menjadi celah bagi penyedia platform untuk melepaskan diri dari pertanggungjawaban yang timbul dari penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam platform. Kominfo menegaskan bahwa “*Safe harbour policy* merupakan kebijakan pemerintah yang memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli *daring* dengan penjual yang menggunakan jasa mereka.”<sup>13</sup>

Dasar hukum *safe harbour policy* di Indonesia telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah sebanyak dua kali yaitu dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya akan disebut sebagai UU ITE. Selanjutnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

---

<sup>13</sup> Winda Ferrissa, 22 Januari 2018, “*Kominfo Satukan Aturan Safe Harbour Policy dan Konten Ilegal*”, <https://www.kominfo.go.id/berita/sorotan-media/detail/kominfo-satukan-aturan-safe-harbour-policy-dan-konten-ilegal>, Kominfo, Diakses pada 5 Maret 2024.

yang selanjutnya akan disebut sebagai PP PMSE. Sejalan dengan UU ITE dan PP PMSE, maka Menkominfo menerbitkan 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* yang selanjutnya akan disebut sebagai SE Menkominfo No.5 Tahun 2016.

Berdasarkan Ketentuan UU ITE Pasal 15 ayat (3) memuat aturan bahwa penyelenggara sistem elektronik dapat terhindar dari pertanggungjawaban apabila dapat dibuktikan terjadi keadaan memaksa, kesalahan, dan/ atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik dalam hal ini pedagang (*merchant*) dan pembeli (konsumen). Terkait pembatasan tanggung jawab penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik atau *marketplace* diatur dalam PP PMSE Pasal 22 ayat (1) dan (2) yang memuat aturan bahwa:

- “(1) Jika dalam PMSE terdapat konten informasi elektronik ilegal, maka pihak PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri serta Penyelenggara Sarana Perantara bertanggung jawab atas dampak atau konsekuensi hukum akibat keberadaan konten informasi elektronik ilegal tersebut.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku apabila PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri yang bersangkutan bertindak cepat untuk menghapus link elektronik dan/atau konten informasi elektronik ilegal setelah mendapat pengetahuan atau kesadaran.”

Sejalan dengan yang diatur oleh UU ITE, SE Menkominfo No.5 Tahun 2016 memuat aturan bahwa penyedia platform UGC

bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam platform kecuali dapat dibuktikan bahwa kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (*merchant*) atau pembeli (konsumen). SE Menkominfo No.5 Tahun 2016 mengatur tentang batasan dan tanggung jawab penyedia platform dan pedagang (*merchant*) namun tidak ada pembatasan terhadap hal-hal tertentu. Salah satunya menyangkut pelanggaran merek yang termuat dalam huruf B Ayat 1e yaitu “Barang dan/atau jasa yang memuat konten yang melanggar hak kekayaan intelektual.”

Namun pada realitanya terdapat syarat dan ketentuan yang mengatur hak dan kewajiban *marketplace* dan pengguna platform dalam hal ini pedagang (*merchant*) dan pembeli (konsumen). Syarat dan ketentuan sebagaimana yang dimaksud merupakan klausula baku yang didalamnya tercantum klausul eksonerasi yang merupakan klausul pengecualian kewajiban atau pengalihan tanggung jawab yang tidak boleh dicantumkan karena merupakan hal yang dilarang di dalam Undang-Undang sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya akan disebut sebagai UUPK.

Adapun contohnya terdapat pada syarat dan ketentuan Shopee Poin 6.3 yang memuat aturan bahwa pengguna bertanggung jawab penuh terhadap semua konten yang diunggah, kirim melalui email, kirimkan atau sediakan melalui situs, dan dalam situasi apapun shopee

tidak akan bertanggung jawab dengan cara apapun.<sup>14</sup> Selanjutnya pada syarat dan ketentuan Shopee Poin 6.4 memuat aturan bahwa Shopee memiliki hak (tetapi bukan kewajiban) atas kebijakan mereka sendiri untuk melakukan penyaringan awal, menolak, menghapus, memberhentikan, membekukan, atau memindahkan konten yang tersedia di situs tanpa kewajiban apapun kepada pengguna.<sup>15</sup>

Hal serupa dapat pula dijumpai di dalam syarat dan ketentuan Tokopedia yang juga memuat klausul eksonerasi. Pada *Terms & Conditions* Tokopedia huruf R mengatur bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab dan pengguna platform setuju untuk tidak menuntut Tokopedia bertanggung jawab atas segala kerusakan dan kerugian (termasuk namun tidak terbatas pada hilangnya uang, reputasi, keuntungan, atau kerugian tak berwujud lainnya) yang diakibatkan secara langsung atau tidak langsung dari keterlambatan atau gangguan dalam layanan Tokopedia, pelanggaran hak atas kekayaan intelektual, gangguan, *bug*, kesalahan, atau ketidakakuratan apapun dalam layanan Tokopedia, tindakan penegakan yang diambil sehubungan dengan akun pengguna, dan hal-hal lain yang diatur dalam syarat dan ketentuan tersebut.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Shopee, 2020, "*Syarat Layanan*", <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187>, Diakses pada 24 Oktober 2023.

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> Tokopedia, 2019, "*Terms & Conditions*", <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id>, Diakses pada 24 Oktober 2023.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai akibat hukum kebijakan *safe harbour* terhadap kerugian yang dialami oleh pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di *marketplace* Shopee dan Tokopedia. Penelitian ini juga akan menguraikan bentuk tanggung jawab *marketplace* dan pedagang (*merchant*) terkait kerugian yang dialami oleh pemegang hak atas merek ditinjau dari kebijakan *safe harbour*.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah akibat hukum kebijakan *safe harbour* terhadap kerugian pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di *marketplace* Shopee dan Tokopedia?
2. Bagaimanakah tanggung jawab *marketplace* dan pedagang (*merchant*) terhadap kerugian pemegang hak atas merek ditinjau dari kebijakan *safe harbour*?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis akibat hukum kebijakan *safe harbour* terhadap kerugian pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di *marketplace* Shopee dan Tokopedia.
2. Menguraikan bentuk tanggung jawab *marketplace* dan pedagang (*merchant*) terhadap kerugian pemegang hak atas merek ditinjau dari kebijakan *safe harbour*.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Melalui penulisan skripsi ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi untuk penelitian di masa depan, dan juga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang akan membantu kemajuan ilmu pengetahuan mengenai kekayaan intelektual, hak merek dagang, dan kebijakan *Safe Harbor*.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya terhadap:

###### **a. Bagi Platform *Marketplace***

Diharapkan dapat memberikan manfaat agar platform *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* dapat lebih berhati-hati dan menerapkan sarana kontrol serta lebih memperhatikan pembatasan tanggung jawab yang diatur dalam hukum positif agar dapat menyelenggarakan kegiatan sistem elektronik yang aman, andal, dan bertanggung jawab.

###### **b. Bagi Pemerintah Indonesia**

Diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemerintah Indonesia terutama kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai pedoman dalam

mengeluarkan regulasi lebih lanjut yang lebih substantive mengenai *safe harbour policy* di Indonesia dalam bentuk peraturan perundang-undangan demi terwujudnya kegiatan sistem elektronik yang aman, andal, dan bertanggung jawab.

c. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan manfaat kepada akademisi sebagai bahan untuk mengkaji lebih lanjut sekaligus dapat memberikan pemahaman dan menambah wawasan yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dibidang hukum perlindungan konsumen dan *safe harbour policy*.

d. Bagi Pengguna Sistem Elektronik *Marketplace*

Diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengguna sistem elektronik *marketplace* terutama pedagang (*merchant*) agar lebih bijak dalam menggunakan teknologi sehingga melakukan praktik jual beli dengan itikad baik dengan objek yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang dapat menimbulkan kerugian.

**E. Orisinalitas/ Keaslian Penelitian**

Tulisan penelitian penulis dengan judul “Perlindungan Pemegang Hak Merek Atas Pelanggaran Merek Di *Marketplace* (Ditinjau Dari Kebijakan *Safe Harbour*)” merupakan karya tulis asli penulis dan bukan merupakan plagiat. Keaslian penelitian dilakukan

dengan membandingkan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan penulis bahwa terdapat beberapa penelitian yang memiliki topik yang berhubungan erat dengan penelitian

Nama Penulis	: Dermawan Indar Jaya	
Judul Tulisan	: Analisis Yuridis Pengaturan <i>Safe Harbour</i> Terkait Pelanggaran Hak Cipta Pada <i>Platform Streaming</i> Youtube	
Kategori	: Skripsi	
Tahun	: 2023	
Perguruan Tinggi	: Universitas Hasanuddin	
	<b>Uraian</b>	<b>Penelitian Terdahulu</b>
		<b>Rencana Penelitian</b>
Isu dan Permasalahan:	Skripsi Darmawan Indar Jaya membahas tentang bagaimana tanggung jawab platform Youtube terhadap pemegang hak cipta atas pelanggaran hak cipta oleh pengguna sistem elektronik serta membandingkan regulasi <i>Safe Harbor</i> terkait pembatasan tanggung jawab platform Youtube di Indonesia dan Amerika Serikat.	Skripsi penulis membahas tentang akibat hukum kebijakan <i>safe harbour</i> terhadap kerugian pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di <i>marketplace</i> Shopee dan Tokopedia. Serta bagaimana bentuk tanggung jawab <i>marketplace</i> dan pedagang ( <i>merchant</i> ) terhadap kerugian pemegang hak atas

	merek ditinjau dari kebijakan <i>safe harbour</i> .
Metode Penelitian : Metode penelitian normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan perbandingan.	Metode penelitian empiris dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, dan studi kepustakaan.
Hasil & Pembahasan : Adapun hasil dari pembahasan skripsi tersebut adalah secara umum, Youtube telah mematuhi regulasi Safe Harbor di Indonesia, namun masih ada beberapa ketidaksesuaian, terutama terkait kebijakan penghapusan konten dan hak cipta. Perbedaan utama mencakup waktu penghapusan konten, di mana Youtube membutuhkan waktu hingga 7 hari, sementara Peraturan Kominfo menetapkan 1 x 24 jam. Selain itu, terdapat perbedaan mendasar	

dalam kategori Safe Harbor antara Amerika Serikat, yang memiliki empat kategori dalam DMCA, dan Indonesia, yang hanya fokus pada tata kelola dan kontrol teknologi tanpa membagi kategori tertentu.	
---	--

Nama Penulis	: Handika Arviano Anas Atmaja
Judul Tulisan	: Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara Online.
Kategori	: Skripsi
Tahun	: 2023
Perguruan Tinggi	: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

<b>Uraian</b>	<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Rencana Penelitian</b>
Isu dan Permasalahan:	Skripsi Handika Arviano Anas Atmaja membahas tentang apakah platform jual beli <i>online</i> dapat dimintai pertanggungjawaban oleh pemilik merek terhadap barang tiruan atau palsu serta mengkaji tanggung jawab <i>marketplace/</i>	Skripsi penulis membahas tentang akibat hukum kebijakan <i>safe harbour</i> terhadap kerugian pemegang hak atas merek akibat pelanggaran merek di <i>marketplace</i> Shopee dan Tokopedia. Serta bagaimana bentuk

<p>platform jual beli <i>online</i> terhadap penjualan barang tiruan atau palsu di platform mereka.</p>	<p>tanggung jawab <i>marketplace</i> dan pedagang (<i>merchant</i>) terhadap kerugian pemegang hak atas merek ditinjau dari kebijakan <i>safe harbour</i>.</p>
<p>Metode Penelitian : Metode penelitian yuridis normatif.</p>	<p>Metode penelitian empiris dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan studi kepustakaan.</p>
<p>Hasil &amp; Pembahasan : Skripsi ini menyimpulkan bahwa dalam penjualan barang yang melanggar merek di platform e-commerce, terdapat hubungan hukum antara pelaku usaha dan pemilik merek, di mana pelaku usaha dapat diminta pertanggungjawaban. Namun, menurut Pasal 15 ayat (3) UU ITE, penyelenggara sistem elektronik tidak dapat dimintai</p>	

<p>pertanggungjawaban hukum atas kesalahan pengguna, sehingga platform marketplace tidak dapat dimintai tanggung jawab atas barang-barang yang melanggar merek yang diunggah oleh pengguna di situsnya.</p>	
---	--

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Safe Harbour Policy*

##### 1. *Pengertian Safe Harbour Policy*

Kebijakan *safe harbour* adalah ketentuan hukum yang memungkinkan penghindaran atau penghilangan tanggung jawab hukum dalam situasi tertentu, asalkan kondisi-kondisi tertentu terpenuhi.<sup>17</sup> Dengan demikian, kebijakan *safe harbour* adalah suatu regulasi pemerintah yang memisahkan tanggung jawab penyedia platform jual beli daring berbasis *marketplace* yang mengandalkan konten yang dihasilkan pengguna (UGC) dari tanggung jawab penjual yang menggunakan layanan mereka.<sup>18</sup>

SE Menkominfo No. 5 Tahun 2016 mengatur tujuan dari kebijakan *safe harbour*. Pertama, tujuan dari kebijakan ini adalah untuk membangun sistem elektronik yang bertanggung jawab, dapat diandalkan, dan aman untuk mendorong pertumbuhan ekosistem untuk perdagangan melalui platform elektronik. Kedua, dengan menetapkan batasan dan kewajiban bagi masing-masing pihak, kebijakan ini menawarkan perlindungan hukum kepada pengguna, pedagang (*merchant*), dan penyedia platform.

---

<sup>17</sup> Adam Hayes, 21 November 2020, “*Apa Itu Safe Harbour? Jenis, dan Cara Penggunaannya*”, Investopedia, <https://www.investopedia.com/terms/s/safeharbor.asp>. Diakses pada 6 Mei 2024.

<sup>18</sup> Winda Ferissa, *Op.Cit.*

Selanjutnya, pembatasan tanggung jawab *marketplace* tersebut diatur dalam UU ITE, PP PMSE, dan SE Menkominfo No. 5 Tahun 2016.

## **2. Dasar Hukum *Safe Harbour Policy***

Ketentuan terkait *safe harbour policy* di Indonesia telah diatur di dalam UU ITE, PP PMSE, dan SE Menkominfo No.5 Tahun 2016. Berdasarkan Ketentuan UU ITE Pasal 15 ayat (3) memuat aturan bahwa penyelenggara sistem elektronik dapat dibebaskan dari tanggung jawab jika dapat dibuktikan bahwa terjadi keadaan yang memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian dari pihak pengguna sistem elektronik. Terkait pembatasan tanggung jawab penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik atau *marketplace* diatur dalam PP PMSE Pasal 22 ayat (1) dan (2) yang memuat aturan bahwa:

- “(1) Jika dalam PMSE terdapat konten informasi elektronik ilegal, maka pihak PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri serta Penyelenggara Sarana Perantara bertanggung jawab atas dampak atau konsekuensi hukum akibat keberadaan konten informasi elektronik ilegal tersebut.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku apabila PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri yang bersangkutan bertindak cepat untuk menghapus link elektronik dan/atau konten informasi elektronik ilegal setelah mendapat pengetahuan atau kesadaran.”

Sejalan dengan yang diatur oleh UU ITE, SE Menkominfo No.5 Tahun 2016 memuat aturan bahwa penyedia platform UGC bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan

pengelolaan konten di dalam platform kecuali dapat dibuktikan bahwa kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (*merchant*) atau pembeli (konsumen).

Berdasarkan hal-hal yang diatur dalam beberapa ketentuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *marketplace* bertanggung jawab atas penyelenggaraan, pengelolaan, dan dampak serta konsekuensi hukum yang timbul dari konten dan informasi *illegal* kecuali terdapat kondisi tertentu. Dalam hal ini dapat dibuktikan bahwa adanya kelalaian dan kesalahan dari pihak pengguna, serta adanya langkah cepat dan efektif yang dilakukan oleh penyedia platform untuk menghapus konten *illegal* tersebut. Disamping itu, penyedia platform juga diwajibkan menyediakan sarana pelaporan, melakukan tindakan terhadap aduan, hingga memperhatikan jangka waktu penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap pelaporan konten yang dilarang.<sup>19</sup>

## **B. Perjanjian Jual Beli**

### **1. Pengertian Perjanjian Jual Beli**

Hukum perjanjian adalah salah satu bidang hukum perdata yang paling penting dan diperlukan untuk hubungan hukum antara subjek hukum dalam kehidupan sehari-hari. Dasar hukum perjanjian telah diatur dalam BW sehingga permasalahan yang

---

<sup>19</sup> Rieka Handayani, 27 Februari 2017, “*Safe Harbour Policy, Melindung dan Memberi Kenyamanan Pemilik Platform eCommerce Berbasis User Genrated Content*”, Idea, <https://idea.or.id/artikel/safe-harbor-policy--melindung-dan-memberi-kenyamanan-pemilik-platform-ecommerce-berbasis-user-generated-content?lang=id>, Diakses pada 6 Mei 2024.

timbul dalam perjanjian dapat diselesaikan dengan menggunakan BW sebagai panduan.<sup>20</sup>

Hukum perikatan diatur dalam Buku III BW bahwa “Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang” sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 BW. Perikatan yang lahir karena perjanjian jika ditinjau berdasarkan bentuknya terbagi atas perjanjian tertulis dan perjanjian tidak tertulis. Sedangkan perikatan yang lahir dari undang-undang berdasarkan Pasal 1352 BW mengatur bahwa “Perikatan-perikatan yang dilahirkan demi undang-undang, timbul dari undang-undang saja, atau dari undang-undang sebagai akibat perbuatan manusia.” Selanjutnya, Pasal 1353 BW mengatur bahwa “Perikatan-perikatan yang dilahirkan dari undang-undang sebagai akibat perbuatan manusia, terbit dari perbuatan halal atau dari perbuatan melanggar hukum.”

Adapun syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 BW yang mengatur bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan syarat yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif yang jika tidak terpenuhi maka perjanjian dapat

---

<sup>20</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, 2019, *Hukum Perjanjian: Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama dalam BW*, Makassar: UPT. Unhas Press. hlm. 1.

dibatalkan, sedangkan syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 BW bahwa:

“Jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.

Perjanjian jual beli, khususnya jual beli barang bergerak merupakan perjanjian yang bersifat konsensual. Perjanjian konsensual bermakna bahwa suatu perjanjian bersifat mengikat pada saat terjadinya kesepakatan, walaupun harganya belum dibayar dan barangnya belum diserahkan.<sup>21</sup>

Transaksi berbasis internet yang melibatkan pertukaran barang atau jasa antara pembeli dan penjual dikenal sebagai jual beli *online*.<sup>22</sup> Dalam praktik jual beli *online*, pembeli atau konsumen tidak dapat secara fisik melihat barang yang mereka beli, tetapi mereka dapat menggunakan deskripsi produk yang terkait dengan spesifikasi barang yang mereka beli untuk menentukan kondisi barang. Untuk mencegah terjadinya kerugian pada pihak mana pun, terutama konsumen yang tidak dapat melihat barang secara fisik, sangat penting bagi pedagang (*merchant*) untuk memberikan

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 3.

<sup>22</sup> Hafidz Mufliany, 2021, *Hukum Jual Beli Online*, Perpustakaan Nasional RI: Intera, hlm. 7.

deskripsi yang akurat dan jujur tentang barang-barang yang mereka jual di toko *online*.<sup>23</sup>

Pasal 1458 BW mengatur bahwa “Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.” Walaupun telah terjadinya persesuaian antara kehendak dan pernyataan, namun belum tentu barang itu menjadi milik pembeli, karena harus diikuti proses penyerahaan (*levering*) benda.<sup>24</sup> Penyerahan sebagaimana yang dimaksud disesuaikan dengan jenis benda yang menjadi objek jual beli.

Adapun kebendaan yang dapat menjadi objek jual beli adalah semua benda bergerak dan tidak bergerak, baik menurut tumpukan, berat, ukuran, dan timbangannya. Disamping itu terdapat pula benda yang dilarang atau tidak boleh diperjual belikan yang dapat disebabkan oleh beberapa hal. Yang pertama adalah benda atau barang milik orang lain. Yang kedua yakni benda yang tidak diperkenankan oleh undang-undang, seperti jual beli narkoba. Yang ketiga adalah benda yang bertentangan dengan ketertiban dan kesusilaan.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 14.

<sup>24</sup> Salim HS, 2019, *Hukum Kontrak "Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak"*, Jakarta Timur: Sinar Grafika, hlm. 49.

<sup>25</sup> *Ibid*. hlm. 49-51.

## 2. Asas Hukum Perjanjian Jual Beli

Terdapat beberapa asas hukum yang dikenal dan erat kaitannya dengan perjanjian jual beli, diantaranya yaitu:

- a. Asas kebebasan berkontrak diatur dalam Pasal 1338 BW bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Asas kebebasan berkontrak adalah perwujudan dari kehendak bebas yang menegaskan bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk mencapai apa yang diinginkannya. Dalam konteks hukum perjanjian, prinsip ini terwujud melalui kebebasan berkontrak. Akan tetapi ketentuan ini tidak dapat diberlakukan secara mutlak karena terdapat pengecualian dalam hal adanya keadaan memaksa (*overmacht* atau *force majeure*) dan berlakunya ketentuan pasal 1339 BW yang mengatur bahwa:

“Persetujuan tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat persetujuan diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang”.<sup>26</sup>

- b. Asas konsensualisme menyoroti bahwa kesepakatan dibuat ketika kedua belah pihak mencapai konsensus atau kesepakatan tentang masalah utama yang berkaitan dengan tujuan perjanjian. Ketika kesepakatan tertulis tercapai dan ditandatangani oleh semua pihak, dianggap telah dicapai

---

<sup>26</sup> I Ketut Oka Setiawan, 2020, *Hukum Perikatan*, Jakarta Timur: Sinar Grafika. hlm. 45.

dengan konsensus. Ada pengecualian untuk perjanjian formal dan perjanjian riil, oleh karena itu tidak semua perikatan tunduk pada asas ini.

- c. Sesuai dengan asas keseimbangan, masing-masing pihak harus melaksanakan perjanjian secara adil. Selain diharuskan untuk memenuhi janji dengan itikad baik, kreditur berhak menuntut pemenuhan prestasi. Untuk menjaga keseimbangan antara kreditur dan debitur, hak-hak kreditur yang kuat harus dipertimbangkan dengan kebutuhan untuk mempertimbangkan itikad baik.<sup>27</sup>
- d. Asas itikad baik merupakan sikap batin yang terdiri atas itikad baik subjektif dan objektif.<sup>28</sup> Itikad baik subjektif dalam konteks ini merujuk pada kejujuran saat memulai hubungan hukum. Sementara itu, itikad baik objektif adalah itikad baik yang didasarkan pada norma kesopanan.<sup>29</sup>
- e. Asas kepribadian diatur dalam Pasal 1340 BW mengatur bahwa:  
"Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya.  
Suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak-pihak ketiga; tak dapat pihak-pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal yang diatur dalam pasal 1317."  
Pasal 1317 BW memperbolehkan untuk meminta ditetapkannya suatu janji guna kepentingan seorang (pihak ketiga), bila

---

<sup>27</sup> *Ibid.* hlm. 46-48.

<sup>28</sup> Tim Panca Aksara, 2020, *Kamus Istilah Hukum*, Temanggung: Desa Pustaka Indonesia, hlm. 102.

<sup>29</sup> *Ibid.*

perjanjian atau pemberian tersebut memuat ketentuan seperti itu.<sup>30</sup>

### **3. Tanggung Jawab dan Kewajiban para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli di *Marketplace*.**

Terdapat beberapa pihak yang terlibat di dalam praktik jual beli *online* di dalam suatu platform *marketplace* berbentuk UGC. Para pihak yang terlibat memiliki tanggung jawab dan kewajibannya masing-masing, diantaranya yaitu:

#### **a. *Marketplace***

*Marketplace* adalah platform di internet yang berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi penjual dan pembeli, di mana terdapat lebih dari satu penjual atau toko *online* dalam satu *marketplace*.<sup>31</sup> PP PMSE Pasal 1 ayat (11) mengatur bahwa:

“Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PPMSE adalah Pelaku Usaha penyedia sarana Komunikasi Elektronik yang digunakan untuk transaksi Perdagangan.”

Adapun ketentuan terkait pelaku usaha dalam PMSE diatur dalam Pasal 5 yang terbagi atas pelaku usaha dalam negeri dan pelaku usaha luar negeri. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud tersebut termasuk PPMSE dalam negeri dan PPMSE luar negeri.

---

<sup>30</sup> Sitti Nur Azizah Ma'ruf Amin, 2023, *Buku Ajar: Hukum Perjanjian*, Yogyakarta: Deepublish Digital. hlm. 7.

<sup>31</sup> Cheryl Patriana Yuswar, *et al.*, 2023, *Pertanggungjawaban hukum platform e-commerce terhadap penjualan bukom bajakan (studi komparasi Indonesia Malaysia)*, Jurnal Mercatoria, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan, hlm. 2.

Kewajiban dan tanggungjawab penyedia platform UGC diatur dalam SE Menkominfo No.5 Tahun 2016. Yang pertama adalah penyedia platform bertanggungjawab untuk menyajikan syarat dan ketentuan pengguna platform yang memuat hak dan kewajiban pedagang atau pengguna dan penyedia platform serta ketentuan pertanggungjawaban terhadap konten yang diunggah. Yang kedua adalah menyediakan sarana pelaporan untuk menyampaikan aduan mengenai konten yang dilarang. Yang ketiga adalah melakukan tindakan terhadap aduan atau pelaporan atas konten yang meliputi pemeriksaan kebenaran, tindakan pemblokiran dan/ atau penghapusan, memberikan notifikasi kepada pedagang, sarana bagi pedagang untuk melakukan sanggahan terhadap pelaporan, serta dapat pula menolak aduan apabila tidak terbukti terjadi pelaporan. Yang keempat adalah memperhatikan jangka waktu penghapusan dan/atau pemblokiran terhadap pelaporan konten. Yang kelima yakni tanggung jawab untuk melakukan evaluasi dan/atau monitoring secara aktif terhadap kegiatan penyelenggaraan pedagang dalam platform UGC. Dan yang keenam yaitu tanggungjawab untuk mematuhi kewajiban lain yang diatur berdasarkan undang-undang.

Terkait dengan pembatasan tanggung jawab *marketplace* telah diatur di dalam UU ITE, PP PMSE, dan SE

Menkominfo No.5 Tahun 2016. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa platform atau *marketplace* bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik, pengelolaan konten, dan bertanggung jawab atas dampak atau konsekuensi hukum keberadaan konten informasi *illegal* kecuali dapat dibuktikan bahwa kelalaian dan kesalahan dari pihak pengguna platform dalam hal ini penjual dan pembeli, serta adanya langkah cepat dan efektif yang dilakukan oleh *marketplace* untuk menghapus konten informasi *illegal* tersebut.

b. Pengguna platform (*user*)

Platform *marketplace* memiliki pengguna, yaitu masyarakat umum yang membuat dan memiliki akun di dalamnya. Penerapan *User Generated Content* (UGC) dalam platform *e-commerce* memungkinkan pengguna untuk berkontribusi dalam memasukkan konten di situs tersebut. Prinsip UGC ini diterapkan dalam salah satu model *e-commerce* yang berbentuk *marketplace*.<sup>32</sup>

Pengguna (*user*) dapat berperan ganda dalam melaksanakan kegiatan jual beli di dalam *marketplace* dalam hal ini dapat menjadi pembeli dan/atau pedagang. Pedagang adalah individu atau sekelompok orang yang menawarkan

---

<sup>32</sup> Andreyan Nata Giantama dan Munawar Kholil, 2020, *Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace*, Jurnal Privat Law, Volume 8 Nomor 1, Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, hlm. 21.

barang dan/atau jasa kepada konsumen.<sup>33</sup> Sedangkan pembeli adalah pihak yang melakukan kegiatan konsumtif dengan membeli barang yang ditawarkan.<sup>34</sup>

Pedangan (*merchant*) merupakan pelaku usaha dalam praktik jual beli di *marketplace*. Berdasarkan PP PMSE Pasal 1 Ayat (10) mengatur bahwa:

“Pedagang (*merchant*) adalah pelaku usaha yang melakukan PMSE baik dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik pihak PPMSE atau Sistem Elektronik lainnya yang menyediakan sarana PMSE.”

Kewajiban pedagang (*merchant*) diatur dalam SE Menkominfo No.5 Tahun 2016. Kewajiban yang pertama adalah kewajiban untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak dan produk yang meliputi barang dan/atau jasa. Yang kedua adalah memastikan bahwa seluruh materi yang diunggah termasuk namun tidak terbatas pada barang dan/atau jasa yang dijual tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Yang ketiga adalah memastikan bahwa konten yang diunggah bukanlah konten yang dilarang. Yang keempat yaitu melaksanakan kewajiban sesuai dengan syarat dan ketentuan dari penyedia platform. Yang kelima yakni mematuhi kewajiban

---

<sup>33</sup> Cheryl Patriana Yuswar, *Op.Cit.* hlm.2

<sup>34</sup> *Ibid.*

lain yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya terkait tanggung jawab pedagang (*merchant*) juga diatur dalam SE Menkominfo No.5 Tahun 2016. Yang pertama adalah bertanggungjawab atas semua konten atau substansi yang diunggahnya. Yang kedua adalah bertanggungjawab atas laporan atau pengaduan mengenai konten yang diunggahnya. Dan yang ketiga adalah bertanggungjawab sesuai dengan syarat dan ketentuan penyedia platform.

## **C. Perlindungan Konsumen**

### **1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan memberikan kepercayaan dan jaminan kepada konsumen yang mereka butuhkan untuk membeli produk dan layanan yang dijamin secara hukum. Perlindungan hukum konsumen mencakup usaha atau bentuk layanan yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum serta hal-hal yang menjadi objek perlindungan.<sup>35</sup>

Hukum konsumen adalah keseluruhan aturan dan prinsip hukum yang mengatur hubungan dan perselisihan antara berbagai

---

<sup>35</sup> Joni Emirzon, *et al.*, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen "Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia"*, Palembang: Unsri Press, hlm. 8.

pihak terkait pembelian produk dan/atau layanan dalam interaksi sosial.<sup>36</sup> Hukum perlindungan konsumen, di sisi lain, adalah kumpulan asas dan kaidah hukum yang mengatur serta melindungi konsumen dalam hubungannya dengan penyedia barang dan/atau jasa.<sup>37</sup>

Di dalam praktik jual beli *online* terdapat minimal dua pihak yang melakukan hubungan hukum yaitu pelaku usaha dan konsumen. Selanjutnya pada praktik jual beli *online* di dalam suatu *marketplace* terdapat beberapa pihak yang terlibat diantaranya yaitu *marketplace* dan *user* (pengguna). *Marketplace* berdasarkan PP PMSE digolongkan sebagai pelaku usaha. Sedangkan *User* (pengguna) dapat menjadi pelaku usaha jika bertindak sebagai pedagang (*merchant*), dan dapat pula menjadi konsumen jika melakukan suatu kegiatan konsumtif atau pembelian. Berdasarkan hal tersebut maka hak dan tanggung jawab serta kewajiban pelaku usaha dan konsumen sebagaimana diatur di dalam UUPK juga mengikat para pihak dalam praktik jual beli di dalam *marketplace* tersebut.

Perlindungan hukum bagi konsumen yang terlibat dalam jual beli secara *online* dapat diberikan melalui kepastian hukum yang diatur dalam peraturan perundang-undangan, yaitu UU ITE dan

---

<sup>36</sup> Abdul Atsar dan Rani Apriani, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Deepublish, hlm. 4-32.

<sup>37</sup> *Ibid.*

UUPK. Keberadaan kontrak elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 18 (1) UU ITE mengatur bahwa “Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.” Melalui kontrak elektronik, konsumen berhak mengajukan tuntutan terhadap pelaku usaha jika terjadi sengketa akibat transaksi elektronik tersebut.<sup>38</sup>

## 2. Konsumen

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.<sup>39</sup> Di samping itu, konsumen secara harfiah diartikan sebagai seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang. UUPK Pasal 1 Ayat (2) mengatur bahwa:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Dalam ilmu ekonomi, terdapat dua jenis konsumen, yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara mencakup distributor, agen, dan pengecer yang membeli barang bukan untuk penggunaan pribadi, melainkan untuk dijual kembali. Sementara itu, konsumen akhir, sebagaimana diatur dalam UUPK,

---

<sup>38</sup> Aan Handriani, *Op.Cit.* hlm. 137.

<sup>39</sup> Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Op.Cit.* hlm. 35.

adalah individu yang memperoleh barang dan/atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan demi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya.

Konsumen dapat menjadi sasaran strategi periklanan, promosi, teknik penjualan, dan penerapan perjanjian standar pelaku usaha yang berdampak negatif bagi konsumen. Hal ini disebabkan oleh edukasi konsumen yang tidak memadai dan kurangnya pengetahuan mengenai hak dan tanggung jawab konsumen.<sup>40</sup> Adapun hak-hak konsumen telah diatur dalam Pasal 4 UUPK bahwa:

“Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

---

<sup>40</sup> *Ibid.* hlm. 32-38.

### 3. Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha telah diatur di dalam UUPK Pasal

1 Ayat 3 bahwa:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Adapun hak dan kewajiban pelaku usaha telah diatur di dalam UUPK. Pasal 6 UUPK mengatur bahwa:

“Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Kewajiban pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 7 UUPK bahwa:

“Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

#### **4. Pencantuman Klausul Eksonerasi pada Perjanjian Baku dalam UUPK**

Perjanjian baku adalah perjanjian yang bentuk dan isinya telah distandarisasi, dibuat secara sepihak dan dalam jumlah besar, serta digunakan untuk semua perjanjian yang sejenis. Proses pembuatannya tidak melibatkan pihak lawan, melainkan ditetapkan terlebih dahulu oleh satu pihak.<sup>41</sup> Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan perjanjian baku dalam berbagai kontrak juga semakin meningkat. Hal tersebut karena perjanjian baku dianggap lebih mengedepankan efisiensi dalam pengeluaran biaya, waktu, dan tenaga.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Dede Agus, 2018, *Perlindungan Konsumen Atas Penggunaan Perjanjian Baku Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Nurani Hukum, Volume 1 Nomor 1, Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, hlm. 74.

<sup>42</sup> Aryo Dwi Prasnowo dan Siti Malikhatun Badriyah, *Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku*, Jurnal Magister Hukum Udayana, Volume 8 Nomor 1, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, hlm. 61.

Penggunaan atau pencantuman klausula baku terutama terhadap kontrak yang melibatkan pelaku usaha dan konsumen telah diatur di dalam UUPK. Berdasarkan UUPK Pasal 18 a mengatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

Klausul pembebasan adalah ketentuan kontrak yang bermaksud untuk membatasi atau membebaskan tanggung jawab salah satu pihak dalam kontrak atau dalam kesalahan. Apabila kontrak menggunakan format baku, bukan tidak lazim jika pihak yang menyusun kontrak mengambil keuntungan dari posisinya yang menguntungkan dengan memasukkan klausul eksonerasi.<sup>43</sup>

Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian baku tidaklah seimbang. Konsumen berada di pihak yang memiliki posisi lebih rendah atau posisi lemah, sedangkan pelaku usaha adalah pihak yang memiliki posisi lebih tinggi atau posisi kuat. Oleh karena itu, pelaku usaha dapat menetapkan norma dalam klausul baku yang seringkali menguntungkan satu pihak karena mereka adalah pihak dengan posisi yang lebih kuat. Pelaku usaha harus

---

<sup>43</sup> William T Major, 2018, *Hukum Kontrak*, Bandung: Nuansa Cendekia, hlm. 68.

mengetahui peraturan yang berkaitan dengan klausul baku untuk memberikan kesetaraan bagi konsumen.<sup>44</sup>

## **5. Objek yang Tidak Boleh Diperjual Belikan dan Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha**

Terdapat beberapa hal yang tidak diperkenankan untuk diperjualbelikan yaitu benda atau barang milik orang lain, benda yang tidak diperkenankan oleh undang-undang, bertentangan dengan ketertiban, dan bertentangan dengan kesusilaan.<sup>45</sup> Sedangkan apabila hal tersebut tetap dilakukan dalam suatu praktik jual beli maka perjanjian jual beli tersebut batal demi hukum dan kepada penjual dapat dituntut dengan penggantian biaya, kerugian, dan bunga.<sup>46</sup>

Ketentuan terhadap perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 UUPK yang terdiri dari beberapa hal. Adapun yang berkaitan dengan penelitian ini terdapat pada Ayat (1) Huruf a yang mengatur bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/ atau memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.” Selanjutnya Ayat (1) Huruf f pada undang-undang yang sama

---

<sup>44</sup> M. Roesli, Sarbini, dan Bastianto Nugroho, 2019, *Kedudukan Perjanjian Baku Dalam Kaitannya Dengan Asas Kebebasan Berkontrak*, DiH Jurnal Ilmu Hukum, Volume 15 Nomor 29, Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya, hlm. 3.

<sup>45</sup> Salim HS, *Op.Cit.* hlm. 51.

<sup>46</sup> *Ibid.*

dengan Pasal yang sama juga mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang “tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.” Kemudian Pasal 10 UUPK mengatur bahwa:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/ atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.”

Disamping itu Pasal 16 UUPK memuat aturan bahwa:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.”

Selanjutnya Pasal 17 UUPK Ayat (1) Huruf a dan c memuat aturan bahwa “Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.” Tidak hanya itu, Pasal 17 Ayat (2) mengatur bahwa “Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).”

Pada SE Menkominfo No. 5 Tahun 2016 pada angka romawi V huruf B mengatur tentang konten yang dilarang dalam platform termasuk namun tidak terbatas pada:

1. "Barang dan/atau jasa yang memuat konten negatif (pornografi, perjudian, kekerasan, dan konten atas barang dan jasa yang melanggar peraturan perundang-undangan)."
2. "Barang dan/atau jasa yang tidak memiliki perizinan untuk diperdagangkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan."

Berdasarkan hal tersebut maka ketentuan yang relevan atau berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagaimana yang termuat dalam angka 1 huruf e yaitu "Barang dan/atau jasa yang memuat konten yang melanggar hak kekayaan intelektual" dan angka 1 huruf h bahwa:

"Barang dan/atau jasa yang memuat konten dengan materi ketidakjujuran, kecurangan atau menyesatkan orang lain antara lain iklan mistis atau takhayul, penipuan, jasa pencucian uang, jasa pemalsuan dokumen (termasuk dokumen ijazah dan/atau sertifikat), dan skema piramida (termasuk pemasaran afiliasi atau money game)."

Disamping itu dengan adanya kalimat "termasuk namun tidak terbatas pada" pada angka romawi V huruf B SE Menkominfo No. 5 Tahun 2016 tersebut memberi makna bahwa selain dari apa yang diatur dalam Surat Edaran ini, masih terdapat konten maupun barang dan/atau jasa yang dapat berstatus "dilarang" dalam

platform. Terlebih jika hal tersebut melanggar ketentuan hukum yang berlaku.

#### **D. Hak Kekayaan Intelektual dan Merek**

##### **1. Pengertian dan Jenis Hak Kekayaan Intelektual**

Hak kekayaan intelektual merupakan hak yang lahir dari sebuah pemikiran melalui proses yang panjang. Terdapat beberapa literatur yang menguraikan definisi dari hak kekayaan intelektual diantaranya akan dijabarkan sebagai berikut.

Kekayaan intelektual adalah pengakuan dan penghargaan yang diberikan kepada individu atau badan hukum atas penemuan atau kreasi karya intelektual yang mereka ciptakan.<sup>47</sup> Apresiasi tersebut dengan memberikan hak-hak khusus bagi mereka baik yang bersifat sosial maupun ekonomis.

Hak kekayaan intelektual adalah hak atas benda yang berasal dari hasil pemikiran dan/atau kemampuan rasional. Hasil kerja rasional manusia berada di satu sisi, sementara di sisi lain terdapat hasil dari kerja emosional. Karya yang dihasilkan dari perpaduan antara pemikiran rasional dan perasaan ini disebut sebagai karya intelektual, yang bersifat abstrak.<sup>48</sup>

Terdapat beberapa jenis hak kekayaan intelektual di Indonesia. Yang pertama adalah merek diatur di dalam Undang-

---

<sup>47</sup> Yoyo arifardhani, 2020, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Kencana, hlm. 7.

<sup>48</sup> *Ibid.*

Undang Nomor 20 Tahun 2016. Yang kedua yakni indikasi geografis diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Yang ketiga yaitu rahasia dagang diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2000. Yang keempat adalah desain industri diatur di dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000. Yang kelima yaitu desain tata letak sirkuit terpadu diatur di dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000. Yang keenam yakni hak cipta diatur di dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Dan yang ketujuh adalah perlindungan varietas tanaman yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000. Adapun hak kekayaan intelektual yang berkaitan dalam penelitian ini adalah merek.

## **2. Pengertian Merek**

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.<sup>49</sup> Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis Pasal 1 Ayat (1) mendefinisikan bahwa:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

---

<sup>49</sup> Tim Lindsey, *et al.*, 2022, *Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT. Alumni, hlm 134.

Merek sebagai tanda pengenal suatu produk terdiri dari nama, istilah, lambang, simbol, warna, gerak atau kombinasi dari hal tersebut.<sup>50</sup> Dengan kata lain, merek adalah identitas yang membedakan satu produk dari yang lain. Selain itu, merek dagang adalah jenis hak kekayaan intelektual yang menunjuk produk dan layanan perusahaan yang berasal dari perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain. Pemegang hak merek dapat menggunakan merek untuk melindungi dan memastikan kualitas produk dan layanan, serta untuk menghentikan persaingan tidak sehat dari bisnis tidak jujur yang ingin merusak reputasi merek.<sup>51</sup>

### **3. Jenis-jenis Merek dan Hak Atas Merek**

Merek dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu merek dagang, merek jasa, dan merek kombinasi.<sup>52</sup> Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang dijual oleh individu atau kelompok, termasuk badan hukum, untuk membedakannya dari barang sejenis lainnya. Sementara itu, merek jasa adalah merek yang diterapkan pada jasa yang ditawarkan oleh individu atau kelompok, termasuk badan hukum, untuk membedakannya dari jasa-jasa sejenis lainnya. Selain itu, merek kombinasi adalah merek

---

<sup>50</sup> Paulina Kasih, 2016, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Terhadap Beredarnya Barang Palsu*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hlm. 2.

<sup>51</sup> *Ibid.*

<sup>52</sup> Abdul Atsar, 2018, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Deepublish, hlm. 64.

yang digunakan untuk barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama, yang diperdagangkan oleh individu atau kelompok, termasuk badan hukum, untuk membedakannya dari barang dan/atau jasa sejenis lainnya.<sup>53</sup>

Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.<sup>54</sup> Segala bentuk kegiatan penggunaan merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak berhak atau tidak berwenang merupakan pelanggaran terhadap hak atas merek. Penjualan barang palsu merupakan salah satu contoh kegiatan yang sering ditemui dan secara tegas dilarang oleh hukum karena dianggap berbahaya dan merugikan bagi konsumen dan pemegang hak merek. Memproduksi dan mendistribusikan barang palsu dilihat dari perspektif hukum merek sebagai pelanggaran hak merek orang lain, ditambah lagi ada tujuan komersialisasi.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> Tim Lindsey, *Op.Cit.* hlm.134.

<sup>55</sup> Fa'iq Muzhaffar Syach, 2022, *Apakah Konsumen Dapat Meminta Ganti Rugi Atas Barang Jualan KW Atau Palsu?*, Dalimunthe Tampubolon. <https://dntlawyers.com/apakah-konsumen-daapat-meminta-ganti-rugi-atas-barang-jualan-kw-atau-palsu/>, Diakses pada 5 Mei 2024.

#### 4. Perlindungan Hukum Terhadap Merek

Merek mendapatkan perlindungan hukum baik secara perdata maupun pidana apabila telah terdaftar pada Dirjen HaKI.<sup>56</sup> adapun perumusan tindak pidana dalam UU Merek pada dasarnya adalah suatu perlindungan hukum terhadap kepentingan hukum mengenai kepemilikan dan penggunaan merek dan indikasi geografis oleh pemiliknya atau pemegang hak.

Merek memiliki nilai ekonomi yang lebih besar daripada barang atau layanan, yang membuat perlindungan hukum untuk merek menjadi sangat penting. Selain itu, merek dapat berfungsi sebagai indikator kualitas barang dan jasa tertentu yang ditawarkan untuk dijual serta membedakannya dari produk dan layanan pesaing yang sifat atau nilainya sebanding.<sup>57</sup>

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang selanjutnya akan disebut sebagai UU Merek, mengatur tentang ketentuan pidana yang termuat dalam Pasal 100 bahwa:

“Pasal 100

(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

---

<sup>56</sup> H. Adami Chazawi, 2019, *Tindak Pidana Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI)*, Malang: Media Nusa Creative, hlm. 120.

<sup>57</sup> *Ibid*, hlm. 119.

- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- (3) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)".