



Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang

Mohammad Daffa Rizkiansyah¹, Budi Santoso²

¹Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia, daffrizk@gmail.com

²Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia, budi_tmgl@yahoo.com

Corresponding Author: daffrizk@gmail.com

Abstract: *The advancement of digital technology has brought significant changes to commercial activities, particularly with the emergence of marketplace platforms that serve as intermediaries between sellers and buyers. Unfortunately, this progress has also been exploited by irresponsible parties to distribute counterfeit products that infringe upon trademark rights. This study aims to analyze the legal aspects of marketplace liability in preventing and addressing the circulation of counterfeit goods that violate trademarks in Indonesia. The research employs a normative juridical method through the review of relevant legislation and case studies. Findings indicate that although marketplaces are not direct perpetrators of the violations, they bear certain legal responsibilities based on the principle of due diligence and the obligation to protect consumers, and may be held accountable if negligent in conducting oversight. Furthermore, legal protection for trademark owners remains inadequate and requires strengthening both in terms of regulation and its implementation in the digital domain. Therefore, more detailed and stringent rules are necessary regarding the obligations of marketplaces in the context of trademark infringements.*

Keyword: *Marketplace, Trademark, Counterfeit Goods*

Abstrak: Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas perdagangan, terutama dengan hadirnya platform marketplace sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Sayangnya, kemajuan ini juga dimanfaatkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk memperjualbelikan produk tiruan yang melanggar hak atas merek dagang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek hukum terkait tanggung jawab marketplace dalam mencegah dan menangani peredaran barang palsu yang melanggar merek di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode yuridis normatif melalui telaah peraturan perundang-undangan dan studi kasus yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa meskipun marketplace bukan pelaku langsung pelanggaran, mereka memiliki tanggung jawab hukum tertentu berdasarkan asas kehati-hatian serta kewajiban melindungi konsumen, dan dapat dimintai pertanggungjawaban apabila lalai dalam melakukan pengawasan. Selain itu, perlindungan terhadap pemilik merek masih belum maksimal dan memerlukan penguatan dari sisi regulasi maupun implementasi di ranah digital. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang

lebih rinci dan tegas mengenai kewajiban marketplace dalam konteks pelanggaran merek dagang.

Kata Kunci: Marketplace, Merek Dagang, Barang Palsu

PENDAHULUAN

Revolusi digital yang terjadi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk di bidang perdagangan dan transaksi ekonomi. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Salah satu bentuk konkret dari *e-commerce* adalah munculnya *platform marketplace*, yaitu media digital yang mempertemukan penjual dan pembeli secara daring, tanpa harus melakukan interaksi fisik. Platform semacam ini, seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak, telah berkembang pesat dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan kegiatan jual beli barang maupun jasa.

Kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan marketplace menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Di sisi lain, marketplace juga memberikan peluang yang luas bagi pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan digital, muncul pula tantangan hukum yang cukup kompleks, salah satunya adalah peredaran barang palsu atau tiruan yang melanggar hak atas merek dagang.

Barang palsu yang dijual melalui platform digital sering kali menyerupai barang asli, baik dari segi tampilan maupun kemasan, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen. Peredaran barang palsu tersebut tidak hanya menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sah, tetapi juga mengganggu ekosistem perdagangan yang sehat dan melanggar prinsip keadilan dalam persaingan usaha. Situasi ini memunculkan pertanyaan kritis mengenai peran dan tanggung jawab hukum marketplace dalam mencegah dan menindak peredaran barang palsu yang melanggar hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang.

Meskipun marketplace tidak memproduksi atau menjual barang secara langsung, keberadaannya sebagai perantara transaksi memberikan posisi strategis dalam rantai distribusi barang. Oleh karena itu, marketplace dianggap memiliki tanggung jawab moral maupun hukum untuk menjaga integritas transaksi yang berlangsung melalui platformnya. Namun dalam praktiknya, masih terjadi kekosongan norma atau ketidaktegasan regulasi terkait batas kewajiban hukum yang dapat dikenakan kepada marketplace apabila terjadi pelanggaran terhadap hak merek oleh penjual yang menggunakan platform tersebut.

Dalam sistem hukum Indonesia, perlindungan terhadap merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan dan melindungi mereknya dari segala bentuk pelanggaran. Akan tetapi, undang-undang tersebut belum secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab atau kewajiban platform digital dalam mencegah dan mengatasi pelanggaran merek yang terjadi secara online. Hal ini menyebabkan ketidakpastian hukum, baik bagi pemilik merek, konsumen, maupun pihak marketplace itu sendiri.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian secara yuridis terhadap tanggung jawab hukum marketplace dalam konteks pelanggaran merek dagang oleh penjual yang beroperasi melalui platform digital. Penelitian ini juga akan menganalisis sejauh mana efektivitas perlindungan hukum yang ada saat ini dalam menjawab tantangan perkembangan teknologi serta memberikan rekomendasi penguatan regulasi guna mewujudkan perlindungan hukum yang komprehensif terhadap hak atas merek dalam era digital.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian yang berjudul “Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang” dirumuskan dua pokok permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk tanggung jawab hukum marketplace terhadap peredaran barang palsu yang melanggar merek dagang dalam sistem hukum di Indonesia?
- b. Bagaimana efektivitas regulasi yang mengatur kewajiban marketplace dalam mencegah dan menangani pelanggaran merek dagang oleh penjual di platform digital?

METODE

Penelitian ini, penulis menggunakan metode yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan penelitian hukum yang bertitik tolak pada norma-norma atau asas-asas hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum. Metode ini dipilih karena fokus penelitian adalah untuk mengkaji peraturan hukum yang mengatur tanggung jawab marketplace dalam peredaran barang palsu yang melanggar hak atas merek dagang, serta menganalisis kesesuaian dan efektivitas regulasi tersebut dalam praktiknya. Pendekatan yuridis normatif ini bertujuan untuk menelaah hukum dalam arti normatif, yakni hukum sebagai kaidah yang menjadi acuan dalam menilai suatu tindakan sebagai benar atau salah menurut hukum yang berlaku.

Penelitian ini mengandalkan data sekunder, yang diperoleh melalui studi pustaka. Sumber data sekunder tersebut meliputi bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta peraturan pelaksana lainnya yang relevan. Selain itu, bahan hukum sekunder juga digunakan, yaitu berupa buku-buku literatur hukum, jurnal ilmiah, artikel, dan pendapat para pakar yang berkaitan dengan perlindungan merek, hak kekayaan intelektual, serta tanggung jawab platform digital. Penelitian ini juga didukung oleh bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia hukum untuk memperkuat pemahaman terhadap konsep-konsep kunci.

Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis aturan hukum positif yang mengatur perlindungan merek dan kewajiban hukum marketplace, sementara pendekatan konseptual digunakan untuk menggali dan memahami prinsip-prinsip hukum yang mendasari tanggung jawab perantara elektronik dalam sistem perdagangan digital. Teknik analisis data yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif, yaitu dengan menggambarkan serta menginterpretasikan norma-norma hukum yang berlaku untuk kemudian ditarik kesimpulan secara logis dan sistematis. Melalui metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kedudukan hukum marketplace dalam sengketa pelanggaran merek dagang serta merumuskan rekomendasi yang dapat dijadikan masukan dalam pengembangan regulasi yang lebih responsif terhadap tantangan hukum di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Tanggung Jawab Hukum Marketplace terhadap Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang dalam Sistem Hukum di Indonesia

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern, tidak terkecuali dalam sektor perdagangan. Salah satu bentuk nyata dari kemajuan tersebut adalah munculnya berbagai platform marketplace yang menyediakan ruang digital bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk dan jasa kepada konsumen secara daring. Marketplace, dalam hal ini, bertindak sebagai penyedia sistem elektronik yang menjembatani antara penjual dan pembeli, tanpa terlibat langsung dalam aktivitas jual beli atau kepemilikan barang yang ditransaksikan. Namun demikian, posisi strategis marketplace sebagai fasilitator utama dalam transaksi digital juga menimbulkan persoalan hukum yang tidak sederhana,

khususnya terkait dengan tanggung jawab hukum atas peredaran barang-barang palsu atau tiruan yang kerap kali melanggar hak kekayaan intelektual, termasuk hak atas merek dagang.

Di Indonesia, praktik penjualan barang palsu melalui platform marketplace bukan lagi fenomena baru. Banyak ditemukan kasus di mana pelaku usaha memanfaatkan fleksibilitas dan jangkauan luas marketplace untuk menawarkan produk-produk tiruan yang secara substansi dan tampilan menyerupai produk asli milik pemegang merek terdaftar. Produk-produk semacam ini biasanya dijual dengan harga jauh lebih rendah dibandingkan produk asli, sehingga menimbulkan persaingan yang tidak sehat di pasar dan berpotensi besar merugikan pihak pemilik merek sah. Tidak hanya itu, konsumen juga menjadi pihak yang sangat dirugikan, karena mereka dapat tertipu membeli produk palsu yang kualitas dan keamanannya tidak terjamin. Dalam konteks ini, muncul pertanyaan yuridis yang sangat penting: sejauh mana marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban atas pelanggaran hukum tersebut?

Secara normatif, Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Undang-undang ini menegaskan bahwa pemilik merek terdaftar memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya secara komersial dan untuk melarang pihak lain menggunakan merek tersebut tanpa izin. Namun, peraturan ini lebih berfokus pada hubungan langsung antara pelaku pelanggaran (biasanya produsen atau penjual barang palsu) dan pemilik merek. Belum ada pengaturan yang eksplisit dan rinci yang secara langsung menempatkan marketplace sebagai subjek hukum yang bertanggung jawab apabila terjadi pelanggaran terhadap merek dagang oleh pihak ketiga yang menggunakan platform tersebut.

Meskipun demikian, marketplace tidak serta-merta terbebas dari tanggung jawab hukum. Berdasarkan prinsip umum hukum perdata, khususnya mengenai tanggung jawab atas kelalaian (*negligence*), marketplace dapat dikenai tanggung jawab apabila terbukti lalai dalam menjalankan kewajiban pengawasan atau pembiaran atas aktivitas penjualan ilegal yang berlangsung di dalam sistemnya. Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, memberikan dasar hukum bahwa penyelenggara sistem elektronik, termasuk marketplace, wajib menjamin keamanan dan keandalan sistem, serta bertanggung jawab atas konten atau informasi elektronik yang berada di bawah pengelolaannya jika terjadi penyimpangan karena kelalaian.

Marketplace juga memiliki relasi hukum dengan para pelaku usaha yang bergabung ke dalam platform-nya melalui perjanjian pengguna atau *terms and conditions*, yang memuat sejumlah ketentuan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh penjual. Dalam perjanjian tersebut, marketplace biasanya menyatakan bahwa produk yang dipasarkan tidak boleh melanggar hukum, termasuk hukum mengenai kekayaan intelektual. Namun, dalam banyak kasus, meskipun telah ada ketentuan seperti itu, implementasi dan pengawasannya di lapangan belum maksimal. Marketplace sering kali hanya bereaksi ketika ada laporan pelanggaran dari pihak pemilik merek atau konsumen, dan tidak melakukan verifikasi atau pengawasan aktif terhadap barang-barang yang diperdagangkan di dalam sistem mereka.

Dari sisi kebijakan internal, beberapa marketplace telah menerapkan sistem pengawasan terbatas, seperti penggunaan teknologi pendeteksi kata kunci, fitur pelaporan oleh pengguna, hingga pemberian sanksi berupa penangguhan atau penghapusan akun bagi penjual yang terbukti menjual barang palsu. Namun, efektivitas sistem ini masih dipertanyakan, mengingat masih banyaknya produk-produk tiruan yang lolos dari sistem pengawasan dan tetap tersedia di etalase digital. Selain itu, proses pelaporan dan

penghapusan barang sering kali memakan waktu lama dan tidak serta-merta memberikan perlindungan langsung kepada pemilik merek atau konsumen.

Jika dibandingkan dengan praktik internasional, seperti yang diterapkan di Amerika Serikat dan Uni Eropa, terdapat skema tanggung jawab yang lebih tegas bagi platform digital. Melalui mekanisme seperti *"notice and takedown"*, platform wajib segera menghapus konten atau produk yang dilaporkan sebagai pelanggaran setelah menerima pemberitahuan dari pemilik hak. Apabila platform gagal melakukan tindakan cepat, mereka dapat dianggap bertanggung jawab secara hukum atas pelanggaran tersebut. Model ini memberikan tekanan kepada marketplace untuk lebih proaktif dalam mencegah pelanggaran merek dan menjaga integritas platformnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam sistem hukum Indonesia, bentuk tanggung jawab hukum marketplace terhadap peredaran barang palsu yang melanggar merek dagang bersifat tidak langsung dan kondisional, artinya pertanggungjawaban marketplace baru muncul apabila terdapat unsur kelalaian atau pembiaran terhadap aktivitas ilegal yang terjadi di dalam platformnya. Regulasi yang berlaku saat ini masih belum mengatur secara eksplisit dan komprehensif mengenai kewajiban marketplace dalam hal ini, sehingga menimbulkan kekosongan norma yang berpotensi merugikan pemilik merek maupun konsumen.

Efektivitas Regulasi yang Mengatur Kewajiban Marketplace dalam Mencegah dan Menangani Pelanggaran Merek Dagang oleh Penjual di Platform Digital

Seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan digital di Indonesia, peran marketplace sebagai fasilitator utama dalam transaksi daring menjadi semakin penting dan strategis. Marketplace telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai macam produk secara luas dan efisien. Namun, kemudahan ini juga membuka celah terhadap penyalahgunaan, khususnya dalam bentuk penjualan produk yang melanggar hukum, seperti barang palsu yang meniru atau menggunakan merek dagang milik pihak lain tanpa izin. Kondisi ini menimbulkan persoalan hukum yang semakin kompleks, terutama mengenai sejauh mana regulasi yang ada mampu mengatur dan mengefektifkan kewajiban marketplace dalam mencegah serta menangani pelanggaran terhadap merek dagang.

Dalam konteks hukum positif Indonesia, perlindungan terhadap hak atas merek diatur secara substantif dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan mereknya sendiri dan melarang pihak lain menggunakan merek tersebut tanpa izin. Namun, regulasi ini masih berfokus pada penindakan terhadap pelaku pelanggaran yang secara langsung menjual atau memproduksi barang palsu. Undang-undang ini belum mengatur secara eksplisit dan rinci mengenai peran serta tanggung jawab penyedia platform digital, seperti marketplace, dalam mencegah terjadinya pelanggaran tersebut di lingkungan daring yang mereka kelola. Hal ini menimbulkan kesenjangan hukum yang cukup signifikan, mengingat marketplace berperan sebagai pintu masuk utama bagi barang-barang ilegal tersebut ke pasar digital.

Regulasi lainnya yang relevan seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya, hanya mengatur secara umum bahwa penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab atas sistem yang digunakan dan wajib menjamin keandalan serta keamanan sistem tersebut. Akan tetapi, tidak terdapat ketentuan khusus yang mengatur secara rinci mengenai kewajiban marketplace dalam menyaring, memverifikasi, dan menindak pelanggaran hak kekayaan intelektual yang dilakukan oleh pengguna atau penjual dalam platform mereka. Ketidadaan ketentuan yang spesifik ini menyebabkan kebijakan dan mekanisme pengawasan yang dilakukan oleh masing-masing marketplace bersifat sukarela dan bervariasi, bergantung pada inisiatif serta pertimbangan internal masing-masing perusahaan.

Beberapa platform marketplace besar di Indonesia memang telah menerapkan langkah-langkah internal untuk mengatasi peredaran barang palsu, seperti sistem pelaporan produk oleh konsumen, pemblokiran akun penjual, atau penggunaan algoritma untuk mendeteksi produk yang diduga melanggar. Akan tetapi, sistem ini sering kali bersifat reaktif dan belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Banyak laporan pelanggaran yang ditindaklanjuti dalam waktu lama atau bahkan diabaikan, sehingga produk-produk ilegal tetap tersedia dan dapat dibeli oleh konsumen. Selain itu, proses verifikasi terhadap penjual dan produk yang dijual umumnya masih terbatas pada aspek administratif, dan tidak menyentuh aspek substantif mengenai legalitas kepemilikan merek atas produk yang dijual.

Efektivitas regulasi juga diperlemah oleh lemahnya koordinasi antarlembaga yang berwenang. Tidak adanya sinergi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dan lembaga perlindungan konsumen menjadikan upaya penindakan terhadap pelanggaran merek di dunia digital terhambat, baik dari segi teknis, prosedural, maupun substansi hukum. Dalam banyak kasus, tindakan yang diambil oleh otoritas terbatas pada permintaan administratif kepada marketplace, yang tidak diikuti dengan penegakan hukum yang tegas. Akibatnya, marketplace tidak merasa terikat secara hukum untuk menjalankan kewajiban preventif dan represif terhadap pelanggaran merek, selama tidak ada tekanan dari pemilik merek atau instansi hukum.

Apabila dibandingkan dengan sistem hukum di negara lain, seperti Amerika Serikat yang memiliki *Digital Millennium Copyright Act (DMCA)* atau Uni Eropa dengan *Directive on Electronic Commerce*, terlihat bahwa negara-negara tersebut telah memberikan kerangka hukum yang lebih progresif dan operasional. Marketplace di negara-negara tersebut secara hukum diwajibkan untuk melakukan tindakan cepat terhadap pelanggaran setelah menerima notifikasi dari pemilik hak (melalui mekanisme *notice-and-takedown*), serta dapat dimintai pertanggungjawaban hukum jika terbukti membiarkan pelanggaran tersebut terjadi atau tidak segera mengambil langkah yang memadai. Dengan adanya regulasi yang jelas dan mengikat, penyedia platform digital terdorong untuk membangun sistem pengawasan yang aktif dan transparan.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa regulasi yang mengatur kewajiban marketplace di Indonesia dalam mencegah dan menangani pelanggaran merek dagang masih belum efektif secara substantif maupun praktis. Belum adanya aturan khusus yang mengikat marketplace dalam hal tanggung jawab terhadap pelanggaran hak atas merek menyebabkan ketidaktegasan posisi hukum mereka sebagai penyedia platform. Oleh karena itu, perlu dilakukan reformasi hukum yang komprehensif, baik melalui pembentukan regulasi baru maupun revisi terhadap peraturan yang ada, dengan memasukkan norma yang mengatur secara tegas peran, tanggung jawab, serta sanksi terhadap marketplace apabila terbukti melalaikan kewajibannya dalam menjaga sistem dari aktivitas yang melanggar hukum. Reformasi ini juga perlu disertai dengan mekanisme penegakan hukum yang lebih efektif, terkoordinasi, dan berbasis digital agar sejalan dengan dinamika perdagangan elektronik yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Berdasar rangkaian analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan marketplace dalam perdagangan elektronik tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga membawa implikasi hukum apabila platform tersebut dimanfaatkan untuk peredaran produk ilegal, termasuk barang palsu yang melanggar hak atas merek dagang. Meskipun marketplace tidak secara langsung menjadi pihak yang melakukan pelanggaran terhadap merek, namun berdasarkan prinsip hukum tertentu, khususnya asas kehati-hatian dan tanggung jawab atas kelalaian, marketplace tetap dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti membiarkan terjadinya pelanggaran tanpa upaya pencegahan atau pengawasan yang memadai.

Dalam kerangka peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia saat ini, belum terdapat ketentuan yang secara tegas mengatur mengenai kewajiban marketplace dalam melakukan pengendalian terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang. Undang-undang yang ada cenderung hanya menyoroti pelaku langsung dari pelanggaran, seperti pembuat dan penjual barang palsu, sehingga menimbulkan kekosongan hukum dalam hal penetapan tanggung jawab pihak perantara digital. Di sisi lain, upaya yang dilakukan oleh marketplace sendiri dalam menangani peredaran produk ilegal masih cenderung bersifat pasif dan baru akan dilakukan setelah adanya laporan dari pihak ketiga.

Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia masih memerlukan penyempurnaan, khususnya dalam hal penegakan peran dan kewajiban marketplace sebagai pihak yang turut menjaga legalitas aktivitas perdagangan digital. Oleh karena itu, dibutuhkan pembentukan atau revisi regulasi yang secara komprehensif dan jelas mengatur kewajiban marketplace dalam mencegah dan menanggulangi pelanggaran merek dagang, termasuk di dalamnya mekanisme verifikasi, pengawasan internal, dan pemberian sanksi terhadap pelanggaran. Dengan demikian, perlindungan terhadap pemilik merek, pelaku usaha yang sah, serta konsumen dapat terwujud secara adil dan proporsional dalam era perdagangan berbasis teknologi.

REFERENSI

- Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 165.
- Ahmad M. Ramli, *Hukum Hak Cipta dan Desain Industri Dalam Era Globalisasi*, (Bandung: Alumni, 2006), hlm. 76.
- Erman Rajagukguk, *Hukum dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2021), hlm. 149.
- M. Yahya Harahap, *Penafsiran Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 134.
- Munir Fuady, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2020), hlm. 203.
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2016), hlm. 57.
- Ridwan Khairandy, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2018), hlm. 110.
- Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogyakarta: Liberty, 2013), hlm. 98.
- Teguh Prasetyo, *Keadilan Bermartabat: Perspektif Teori Hukum*, (Yogyakarta: Genta Publishing, 2016), hlm. 45.
- Yahya Harahap, *Hukum Perdata Tentang Perjanjian*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), hlm. 115.