

PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PENYEDIA *PLATFORM* TERHADAP BARANG YANG MELANGGAR MEREK DALAM *MARKETPLACE*

Andreyan Nata Giantama

E-mail: andreyannata@student.uns.ac.id/andreyannata@yahoo.com
Mahasiswa S-1 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Munawar Kholil

E-mail: munawar.kholil@gmail.com
Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Abstract

This article defines the legal responsibilities of market place providers for counterfeit goods, by using doctrinal legal research. Based on Law Number 11 of 2008 as amended by Law Number 19 of 2016 concerning Amendment to Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (ITE Law), the responsibility for counterfeit goods at market place cannot be charged to platform providers. ITE Law requires that errors made by users are not the responsibility of the organizer of the electronic system. As an effort to ensure legal certainty, and responsibility for managing the market place platform, it should also be determined the legal responsibility of the platform provider for the omission of negligence committed. This becomes the urgency of further study to find out the proper pattern of legal responsibility for the problems described above.

Keywords: *legal responsibility; platform providers; counterfeit goods; e-commerce; market place*

Abstrak

Artikel ini mendefinisikan pertanggungjawaban hukum yang dibebankan kepada penyedia platform *market place* atas barang yang melanggar merek, dengan menggunakan metode penelitian hukum doktrinal. Tanggung jawab hukum atas barang yang melanggar merek dalam *market place* berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tidak dapat dibebankan kepada penyedia platform. UU ITE menghendaki kesalahan yang dilakukan oleh pengguna tidak menjadi tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Sebagai bentuk kepastian hukum dan tanggung jawab atas pengelolaan platform *market place* sudah semestinya ditentukan tanggung jawab hukum penyedia platform terhadap pembiaran pelanggaran yang terjadi. Inilah yang melandasi pengkajian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana pola tanggung jawab hukum yang tepat terhadap permasalahan pelanggaran yang terjadi.

Kata Kunci: *tanggung jawab hukum; penyedia platform; barang yang melanggar merek; e-commerce; market Place.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi dalam realita masyarakat terkini berimplikasi besar terhadap perkembangan kehidupan bermasyarakat. Perdagangan yang dilakukan secara *online* atau biasa disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)* dengan sarana internet, karenanya muncul sebagai alternatif pola transaksi bisnis konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Pengoperasian situs-situs *e-commerce* ini dilakukan oleh pihak yang menjadi penyedia, penyelenggara maupun pengelola, yang dalam penulisan ini akan disebut dengan istilah "penyedia platform *e-commerce*". Platform *e-commerce* dalam kegiatannya memiliki pengguna platform (*user*) yang merupakan masyarakat umum yang membuat dan memiliki akun dalam situs *e-commerce*.

Penerapan *User Generated Content* (UGC) dalam platform *e-commerce* dapat melibatkan pengguna dalam mengisi konten yang ada di dalam situs. Penerapan prinsip UGC ini terdapat dalam salah satu model *e-commerce* berbentuk *market place*. Dimana transaksi dalam *market place* ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform (penyedia platform) (Rintho R.R., 2018: 25). Karena transaksinya yang dilakukan antar konsumen (sebagai pengguna), model *market place* ini juga disebut dengan model *consumer to consumer* (C2C). Di dalamnya pengguna sebagai *merchant* (pedagang) dapat menawarkan barang-barang yang dimiliki melalui platform *market place*.

Besarnya potensi perkembangan bagi *e-commerce* di Indonesia menyebabkan pelaku bisnis memandang *e-commerce* sebagai pasar yang menjanjikan untuk mengembangkan bisnisnya. Apalagi dengan model *market place* yang menerapkan sistem UGC masyarakat dapat dilibatkan untuk juga memperdagangkan barang-barangnya dalam situs *e-commerce*. Berdasarkan data Sensus Ekonomi 2016 yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) industri *e-commerce* di Indonesia dalam 10 tahun terakhir tumbuh sekitar 17% dengan total sekitar 26,2 juta usaha (<http://industri.bisnis.com/read/20170505/12/650993/pertumbuhan-bisnis-e-commerce-tak-tertahankan>, diakses pada 10 Februari 2019, pukul 21.30). Dari sisi nilai pasar, industri *e-commerce* di Indonesia diproyeksi akan menjadi yang terbesar di seluruh Asia Tenggara, dengan prediksi mencapai Rp1.732 triliun atau US\$130 miliar pada 2020 (<http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>, diakses pada 10 Februari 2019, pukul 20.45)..

Luasnya wilayah transaksi *e-commerce* yang bersifat melewati batas-batas transaksi konvensional, dengan bantuan teknologi informasi ini pun menjadi problematika hukum. Problematika tersebut terdapat dalam perlindungan atas kekayaan intelektual dalam kegiatan *e-commerce*. Yang khususnya mengenai permasalahan perlindungan hak merek dalam transaksi *e-commerce*. Permasalahan *e-commerce* berkaitan dengan hak merek ini tergambar dalam beredarnya produk-produk yang melanggar merek dalam platform *e-commerce* berbentuk *market place*. Sebagaimana yang diutarakan oleh Adrian Sutedi, walaupun UU Merek sendiri sudah mengatur mengenai perlindungan terhadap pemilik merek terdaftar akan tetapi dalam kenyataannya masih ditemukan adanya persamaan/kemiripan/ peniruan/pemalsuan antarmerek, baik secara pokok atau keseluruhan tanpa izin dari pemiliknya (Adrian Sutedi, 2009: 91). Salah satunya tentu melalui platform *e-commerce*.

Data juga menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat kesadaran yang rendah mengenai perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Menurut laporan dari *Special 301 Report* oleh Kantor Perwakilan Dagang AS (*US Trade Representative's Office*), Indonesia merupakan satu dari 11 negara di dunia yang sering melanggar hak aset intelektual (<http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>, diakses pada 10 Februari 2019, pukul 22.15). Berdasarkan studi Masyarakat Indonesia Anti-Pemalsuan (MIAP) dan Universitas Indonesia (UI), kerugian karena perdagangan barang palsu di Indonesia diperkirakan mencapai Rp65,1 triliun pada 2014 (<https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R>, diakses pada 110 Februari 2019, pukul 22.50). Maka dengan adanya data tersebut, tak mengherankan apabila Indonesia dimasukkan dalam golongan *Priority Watch List* oleh *World Intellectual Property Organisation* (WIPO).

Beredarnya barang yang melanggar hak merek tersebut lantas dapat menjadi kendala perkembangan *e-commerce* Indonesia. Permasalahan terjadi ketika dengan tingginya prospek dan potensi *e-commerce* yang juga pengembangannya didukung oleh pemerintah, akan tetapi tidak disertai dengan kesadaran dari masyarakat Indonesia sebagai pengguna, mengenai aspek kepentingan hak atas kekayaan intelektual dalam hal ini khususnya adalah perlindungan atas hak merek. Apalagi dengan jumlah pedagang dalam *e-commerce* berbentuk *market place* yang banyak, peredaran lewat *e-commerce* ini membuat penyebaran barang palsu menjadi semakin sulit untuk diawasi (<https://ekbis.rmol.co/read/2017/06/22/296641/Peredaran-Barang-Palsu-Menjamur-Di-Online-Shop->, diakses pada 10 Februari 2019 pukul 23.00 WIB). Peran penyedia platform pun menjadi penting sebagai operator utama yang dapat menindak dan memproses atas kontrol muatan konten dalam situsnya.

Pemaparan tersebut di atas menjadi dasar kajian yang akan disusun dalam penulisan artikel ini. Telaah hukum yang dilakukan dengan demikian diharapkan dapat menemukan pertanggungjawaban hukum perlindungan hak merek dari penyedia platform dalam *market place* menjadi suatu kekurangan yang tertuang dalam dasar pengaturan mengenai *e-commerce*. Sudah semestinya atas kekurangan tersebut dapat diketahui mengenai penyelesaian yang dapat dilakukan atas problematika hukum yang ada.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normatif atau juga disebut dengan penelitian hukum doktrinal. Sifat penelitian didasarkan pada ilmu preskriptif atau ilmu terapan. Pendekatan dalam melakukan kajian ini menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*). Sumber bahan hukum berupa bahan hukum primer yang terdiri dari peraturan perundang-undangan maupun peraturan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan permasalahan, dan bahan hukum sekunder yang merupakan publikasi-publikasi publikasi nonresmi sebagai referensi pustaka. Teknik analisis bahan hukum dilakukan berdasarkan metode analisis deduksi yang berpangkal dari prinsip-prinsip dasar, dengan kemudian menghadirkan objek yang diteliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

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

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

1. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya
2. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya
3. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan sebagian atau keseluruhannya yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/ atau kematian manusia.

Berkaitan dengan hal tersebut, pendapat dari OK Saidin mengenai macam-macam praktek perdagangan tidak jujur, meliputi (OK Saidin, 2013: 357-358):

1. Praktik Peniruan Merek Dagang (*Trademark Piracy*)
2. Praktik Pemalsuan Merek Dagang (*Counterfeiting*)
3. Perbuatan-perbuatan yang dapat mengacaukan publik berkenaan dengan Sifat dan Asal Usul Merek (*Imitations of Labels and Packaging*).

Pasal 83 UU Merek dan Indikasi Geografis secara jelas telah memberikan perlindungan kepada pemilik merek maupun penerima lisensi sebagai pihak yang berhak, sebagaimana diatur bahwa pemilik merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek tanpa hak untuk:

1. memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang ditimbulkan; dan
2. menghentikan segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

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

tanggung jawab kepada penyedia platform sebagai pengelola situs *e-commerce*, “Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya”.

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

Pengaturan mengenai tanggung jawab pengelolaan platform seperti yang demikian juga diterapkan dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content* (SE Menkominfo tentang Batasan dan Tanggung Jawab *E-Commerce*), dalam Huruf Romawi V Huruf C angka 2 diatur:

“Tanggung Jawab Penyedia Platform UGC meliputi:

- a. Bertanggungjawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam Platform secara andal, aman dan bertanggung jawab.
- b. Ketentuan huruf (a) diatas tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (*merchant*) atau pengguna Platform.”

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

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

Klausul tersebut telah memberikan gambaran kesesuaian dengan materi ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3) UU ITE yang dapat dijadikan dasar tanggung jawab hukum atas barang yang melanggar merek. Meskipun demikian kedudukan surat edaran sebagai dasar hukum penyelenggaraan *e-commerce* sejatinya tidaklah kuat. Karena Surat Edaran Menteri tidak memuat tentang norma tingkah laku (larangan, perintah, ijin dan pembebasan), kewenangan (berwenang dan tidak berwenang), dan penetapan (M. Solly Lubis, 1983: 8). Sehingga di dalamnya tidak mengatur mengenai beban sanksi terhadap pelanggaran ketentuannya.

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

Tidak dibebankannya tanggung jawab hukum penyedia platform *market place* terhadap barang yang melanggar merek oleh penggunanya ini menjadi urgensi untuk dapat diatur dalam peraturan perundang-undangan. Permasalahan penjualan barang hasil pelanggaran hak merek dalam situs *market place* ini pada prinsipnya tidak dapat dipersalahkan sepenuhnya kepada penyedia platform. Karena konten yang dimuat di dalam situs-situs *market place* juga berasal dari penjual yang menjadi *user* platform. Akan tetapi sebagai pengelola situs, pertanggungjawaban hukum dari

penyedia platform *e-commerce* ini menjadi penting karena selain penyedia platform merupakan pihak yang mewadahi penjual untuk menawarkan barangnya, penyedia platform berwenang menentukan konten apa saja yang dapat dimuat di dalam situsnya, atau dalam hal ini termasuk mengontrol barang yang dijual.

Pembebanan tanggung jawab hukum tersebut dapat didasarkan atas Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt), yang diatur: “Setiap perbuatan melawan hukum yang oleh karenanya menimbulkan kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menyebabkan kerugian itu mengganti kerugian”. Gugatan atas kesalahan pun didasarkan dengan syarat-syarat (Zulham, 2013: 84):

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

Prinsip-prinsip tersebut seharusnya dapat menjadi dasar pembebanan tanggung jawab hukum kepada penyedia platform. Apalagi rumusan yang tertuang dalam Pasal 1365 merupakan “rumusan ajaib” yang dapat mencakupi setiap macam perbuatan melawan hukum. (Munir Fuady, 2005: 80). Meskipun barang yang melanggar bukan merupakan barang yang berasal dari penyedia platform akan tetapi penyedia platform tetap harus bertanggung jawab atas perannya dalam penyebarluasan peredaran barang tersebut. Karena sejatinya dengan upaya kontrol dan pengawasan terhadap barang yang diunggah dalam platform *market placenya*, penyedia platform dapat mengetahui kecenderungan pelanggaran yang terjadi. Atas pelanggaran tersebut sudah semestinya ditindak dengan menghapus atau tidak boleh diunggahnya barang tersebut dalam *market place* yang dikelolanya.

Unsur kesalahan sebagai syarat pertanggungjawaban dapat dilandasi oleh pembiaran yang menjadikan kerugian bagi pihak yang berhak. Penyedia platform tidak dapat berdalih tidak bertanggungjawab secara mutlak terhadap barang yang melanggar peraturan dalam platformnya sebagaimana ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3). Insan Budi Maulana menjelaskan alasan dari hal tersebut adalah karena ia sebagai pengelola utama dari situs *e-commerce* tentunya setidaknya turut serta dalam menyebarluaskan produk-produk yang melanggar hukum tersebut. Karena para konsumen atau pembeli produk barang melakukan pembayaran melalui penyedia platform, yang akan diserahkan pelunasannya itu kepada *merchant* beberapa waktu kemudian (<https://kabar24.bisnis.com/read/20180914/16/838217/cermati-tanggung-jawab-hukum-pengusaha-pada-pasar-e-dagang>, diakses pada 10 Februari 2019 pukul 23.10). Dalam hal ini jaminan perlindungan terhadap kesalahan tersebut juga sesuai dengan ketentuan Pasal 83 UU Merek dan Indikasi Geografis.

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

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

D. Simpulan

Materi Pasal 15 ayat (3) UU ITE memuat ketentuan yang membebaskan tanggung jawab hukum penyelenggara sistem elektronik atas kesalahan yang dilakukan pengguna. Dengan demikian penyedia platform *market place* tidak dapat dimintai pertanggungjawaban hukum terhadap beredarnya barang yang melanggar merek yang diunggah oleh *merchant* dalam situs *market place*. Ini menjadi permasalahan hukum mengingat pengelolaan situs *e-commerce* sejatinya menjadi ranah penyedia platform. sudah semestinya penyedia platform *e-commerce* tetap dapat dibebankan tanggung jawab atas dasar kesalahan dengan membiarkan pembiaran peredaran dan penyebarluasan barang tersebut dalam platformnya. Atas dasar hal tersebut, tanggung jawab hukum yang dibebankan dapat didasarkan oleh Pasal 1365 KUHPd mengenai perbuatan melawan hukum.

E. Saran

Perlu diatur pertanggungjawaban hukum penyedia platform dalam UU ITE terhadap adanya pembiaran barang yang melanggar merek dalam platform yang dikelolanya walaupun diunggah oleh pengguna. Hal tersebut sebagai bentuk terjaminnya prinsip keadilan dan kejujuran dalam pengelolaan platform *market place*. Dengan demikian terdapat landasan yuridis bagi pertanggungjawaban hukum atas kesalahan dan kelalaian pengelolaan platform yang menimbulkan kerugian.

F. Daftar Pustaka

Buku

Adrian Sutedi. 2009. *Hak atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika

M. Solly Lubis. *Pergeseran Garis Politik dan Perundang-Undangan Mengenai Pemerintah Daerah*. Bandung: Alumni

----- . 2005. *Perbandingan Hukum Perdata*. Bandung: Citra Aditya Bakti

OK. Saidin. 2013. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Rinto R.R.. 2018. *Buku E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish

Zulham. 2013. *Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Media Grup

Jurnal

Ambar Wariat, dan Nani Irma Susanti. 2014. "E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Bisnis* . Volume 1 Nomor 2, Nopember 2014

Imas Rosidawati dan Edy Santoso. 2013. "Pelanggaran Internet Marketing pada Kegiatan E-Commerce Dikaitkan dengan Etika Bisnis". *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. Tahun ke 43 Nomor 1. Januari-Maret 2013

Johan Wahyudi. 2012. "Dokumen Elektronik sebagai Alat Bukti pada Pembuktian di Pengadilan". *Jurnal Perspektif*. Volume 17 Nomor 2, Mei 2012

Muryati, Dewi Tuti dan B. Rini Heryanti. 2011. "Pengaturan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Nonlitigasi di Bidang Perdagangan". *Jurnal Dinamika Sosbud*. No. 1

Rizka Syafriana. 2016. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik". *Jurnal De Lega Lata*. Volume 1 Nomor 2, Juli-Desember 2016

Tony Pasca Rifai. 2016. "Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

Geografis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN". *Jurnal Fiat Justicia*. Volume 10 Nomor 4. Oktober-Desember 2016

Zulkarnain Hasibuan. 2013. "Kesadaran dan Ketaatan Hukum Masyarakat Dewasa Ini". *Jurnal Justitia*. Volume 1 Nomor 1, Desember 2013

Internet

Amal Nur Ngazis dan Siti Sarifah Alia. 2017. *Cegah Barang Palsu, E-Commerce ini Pilih Barang Asli Meski Bekas*. <http://www.viva.co.id/digital/startup/904560-cegah-barang-palsu-e-commerce-ini-pilih-asli-meski-bekas>

Harian Rakyat Merdeka. 2017. *Peredaran Barang Palsu Menjamur di Online Shop*. <https://ekbis.rmol.co/read/2017/06/22/296641/Peredaran-Barang-Palsu-Menjamur-Di-Online-Shop->

Insan Budi Maulana. 2018. *Cermati Tanggung Jawab Hukum Pengusaha pada Pasar e-Dagang*. [https://kabar24.bisnis.com/read/20180914/16/838217/cermati-tanggung-jawab-hukum-pengusaha-pada-pasar-e-dagang,](https://kabar24.bisnis.com/read/20180914/16/838217/cermati-tanggung-jawab-hukum-pengusaha-pada-pasar-e-dagang)

M. Syahrani W. Lubis. 2017. *Pertumbuhan Bisnis E-Commerce tak Tertahankan*. <http://industri.bisnis.com/read/20170505/12/650993/pertumbuhan-bisnis-e-commerce-tak-tertahan>

Maulida Sri Handayani. 2017. *Barang Palsu: Membuat Rugi, Tapi Juga Menghidupi*. <https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R>