

# **PENYEBAB UNITED STATES TRADE REPRESENTATIVE (USTR) KEMBALI MEMASUKKAN PLATFORM *E-COMMERCE* ALIBABA KE DALAM DAFTAR HITAM TAHUN 2016**

**Ahmad Hanif**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: [ahmad.hanif.2014@fisipol.umy.ac.id](mailto:ahmad.hanif.2014@fisipol.umy.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mencoba menganalisa penyebab dari kebijakan USTR yang memasukkan platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016. Penulis menggunakan teori pembuatan kebijakan luar negeri oleh William D. Coplin untuk mencari aktor yang mempengaruhi pembuat kebijakan tersebut. Menurut Coplin, kebijakan luar negeri dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu kondisi politik domestik, ekonomi dan militer, dan konteks internasional. Penulis memfokuskan pada kondisi politik domestik dimana terdapat *policy influencer* yaitu kelompok kepentingan. Salah satu kelompok kepentingan di Amerika Serikat yang mempengaruhi pembuatan kebijakan luar negeri USTR adalah American Apparel and Footwear Association (AAFA). Penulis akan mencoba membuktikan adanya tekanan yang diberikan AAFA kepada USTR agar memasukkan kembali platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016.

**Kata kunci:** Hak atas Kekayaan Intelektual, Kebijakan Luar Negeri AS, Daftar Hitam, USTR, *E-commerce*, Alibaba, Tiongkok, Kelompok Kepentingan, AAFA.

## **ABSTRACT**

*This research tries to analyze the cause of USTR's foreign policy that puts Alibaba's e-commerce platform on the blacklist in 2016. The author uses the theory of foreign policy decision making by William D. Coplin to find the actor who influences the policy maker. According to Coplin, foreign policy is influenced by three factors: domestic political conditions, economic and military, and international context. The author focuses on domestic political conditions where there is policy influencer, such as interest group. One of the interest groups in the United States that influenced USTR's foreign policy making is the American Apparel and Footwear Association (AAFA). The author will try to prove the pressure given by AAFA on USTR to re-list the Alibaba's e-commerce platform on the blacklist in 2016.*

*Keywords: Intellectual Property Rights, US's Foreign Policy, Blacklist, USTR, E-commerce, Alibaba, China, Interest Group, AAFA.*

## **Pendahuluan**

*E-commerce* adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan yang berkaitan dengan bisnis. Kegiatan yang dimaksud dapat berupa kegiatan jual-beli atau kegiatan lain yang

menunjang rantai nilai perusahaan (*firm's value chain*).<sup>1</sup> Telah banyak sekali platform *e-commerce* bermunculan diberbagai negara, salah satu pelopornya adalah Amazon. Perusahaan yang didirikan pada tahun 1995 ini awalnya hanya menjual buku saja namun seiring perkembangan waktu, Amazon semakin memperkaya produk yang dijualnya. Perusahaan *e-commerce* ini berkantor di Seattle, Washington, Amerika Serikat. Menurut hasil survei dari alexa.com pada bulan September 2016, Amazon.com merupakan situs *e-commerce* terpopuler di dunia, disusul oleh Taobao.com, eBay.com, Tmall.com, Alibaba.com, Flipcart.com, Walmart.com, target.com, Bestbuy.com, dan Snapdeal.com.<sup>2</sup> Amazon sudah tersebar di negara-negara besar seperti Inggris, Jerman, Perancis, Spanyol, dan Jepang.<sup>3</sup> Dengan ini Amazon termasuk sebagai sebuah perusahaan multinasional. Perusahaan Multinasional atau *Multinational Corporations* (MNCs) merupakan sebuah organisasi ekonomi yang melibatkan diri dalam kegiatan produktif di dua atau lebih negara. Pada umumnya MNC memiliki markas besar sebagai pusat di negara asal mereka yang kemudian diperluas ke negara lain dengan membangun atau membeli berbagai aset usaha atau membuka cabang di negara tersebut (negara “tuan rumah”).<sup>4</sup> MNC merupakan aktor utama dalam bisnis internasional dan memegang peranan yang penting untuk transaksi internasional. Keberadaan MNC semakin berkembang dengan pesat dan dapat diperhitungkan dalam hubungan internasional.

Tidak lama setelah kemunculan Amazon, perusahaan *e-commerce* di berbagai negara pun mulai banyak bermunculan. Salah satu perusahaan *e-commerce* dari Tiongkok adalah Alibaba Group. Perusahaan multinasional yang berpusat di Hangzhou, Tiongkok ini adalah induk dari berbagai perusahaan yang ada dibawah naungannya, diantaranya yaitu Taobao.com, Tmall.com, Aliexpress, Alibaba.com, 1688.com, Alimama.com, dan lain-lain. Tulisan ini akan menjelaskan tentang penyebab dari kebijakan USTR yang memasukkan kembali platform *e-commerce* Alibaba, Taobao.com ke dalam daftar hitam tahun 2016. Perusahaan Alibaba dengan platform *e-commercenya* diduga melakukan pelanggaran karena memfasilitasi pembajakan hak cipta dan pemalsuan merek dagang oleh United States Trade Representative (USTR). USTR memasukkan Alibaba.com dan Taobao.com ke dalam daftar hitam (*Special 301 Report*) tahun 2008 sebagai *Notorious Markets* dalam kategori *Virtual Markets*.<sup>5</sup> Penerbitan daftar *Notorious*

---

<sup>1</sup> Kenneth, L. Kraemer., Jason, Dedrick., dan Nigel, P. Melville. (2006). “*Globalization and National Diversity: E-commerce Diffusion and Impacts Across Nations*,” dalam *Global E-commerce: Impacts of National Environment and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press. Hal: 13.

<sup>2</sup> 10 *E-Commerce* Terpopuler di Mata Dunia dan Indonesia. Diakses 10 November 2017 dari: [binatalentanusantara.com](http://binatalentanusantara.com).

<sup>3</sup> Nico, Robin. 10 Perusahaan E-Commerce Terbaik, Sukses dan Paling Eksis di Dunia Tahun 2016. Diakses 10 November 2017 dari: [ngasih.com](http://ngasih.com).

<sup>4</sup> Mas'oed, Mohtar. (1997). *Perusahaan Multinasional dalam Ekonomi Politik Internasional*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Hal: 4.

<sup>5</sup> *USTR Issues 2008 Special 301 Report*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

*Markets List* oleh USTR ini bertujuan untuk membantu Amerika Serikat dan pemerintah-pemerintah asing dalam memprioritaskan upaya penegakan hak cipta atau *Intellectual Property Rights (IPR)* di Amerika Serikat dan seluruh dunia.<sup>6</sup> Setelah perusahaan Alibaba mengklaim telah melakukan perbaikan dan ingin bekerjasama untuk memberantas pembajakan dan pemalsuan, akhirnya Alibaba.com tidak lagi dimasukkan ke dalam daftar hitam oleh USTR sebagai *Notorious Markets* di tahun 2011 sedangkan Taobao.com baru dikeluarkan dari daftar hitam pada tahun 2012.<sup>7</sup>

Setelah empat tahun berselang, platform *e-commerce* yang dimiliki oleh Alibaba kembali masuk dalam daftar hitam *notorious markets* oleh USTR. Taobao.com kembali masuk ke dalam daftar hitam *Notorious Market* di tahun 2016 karena alasan yang sama seperti sebelumnya yaitu pembajakan hak cipta dan pemalsuan merek dagang. Dengan menggunakan teori pembuatan kebijakan luar negeri oleh William D. Coplin, tulisan ini akan mencari aktor penyebab kebijakan USTR tersebut. William D. Coplin dalam bukunya "*Introduction to International Politics*" menjelaskan tentang bagaimana kebijakan luar negeri dari suatu negara dirumuskan. Kebijakan luar negeri dari suatu negara adalah hasil dari tiga faktor yang mempengaruhi pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan luar negeri. Tiga faktor tersebut yaitu kondisi politik dalam negeri, kondisi atau kemampuan ekonomi dan militer dan konteks internasional, yaitu posisi khusus negara tersebut dalam hubungannya dengan negara lain dalam sistem internasional itu.<sup>8</sup> Dalam faktor politik dalam negeri terdapat berbagai *policy influencer*, salah satunya adalah kelompok kepentingan yang digolongkan kedalam *interest influencer*. Salah satu kelompok kepentingan yang ada di Amerika Serikat adalah American Apparel and Footwear Association (AAFA). Pada bulan November 2016, AAFA mendesak USTR untuk memasukkan Perusahaan asal Tiongkok Alibaba Group dan platform *e-commerce* yang dimilikinya Taobao sebagai Notorious Market.<sup>9</sup>

## **Peluang Interest Group untuk Mempengaruhi Proses Pembuatan Kebijakan Amerika Serikat**

Di dalam proses pembuatan kebijakan luar negeri Amerika Serikat melibatkan berbagai sumber yang saling terkait antara satu sama lain dan hal ini yang menyebabkan pembuatan kebijakan luar negeri lebih bersifat kompleks. Dalam pembuatan kebijakan luar negeri Amerika

---

<sup>6</sup> *2016 Notorious Markets List Spotlights Fight against Global Piracy and Counterfeiting of American Products*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

<sup>7</sup> *Alibaba avoids being named on U.S. blacklist for fakes*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.reuters.com](http://www.reuters.com).

<sup>8</sup> Coplin, William D. (1992). *Pengantar Politik Internasional: Suatu Telaah Teoris* terj. Marsedes Marbun, Edisi Kedua. Bandung: Sinar Baru. Hal: 101.

<sup>9</sup> *AAFA Calls Out Alibaba in Notorious Markets Submission to USTR*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

Serikat terdapat peluang bagi *International Non-Government Organizations (INGOs)* seperti *Interest Groups* atau Kelompok Kepentingan di Amerika Serikat untuk mempengaruhi pembuatan kebijakan luar negeri Amerika Serikat. Kelompok kepentingan yang ada di Amerika Serikat dapat berperan sebagai *policy influencer* dalam pengambilan kebijakan luar negeri oleh pemerintah Amerika Serikat. Sebuah kebijakan luar negeri yang diajukan oleh presiden harus mendapatkan persetujuan dari Senat setidaknya 2/3 suara dari jumlah Senat yang menghadiri sidang di parlemen.<sup>10</sup> Dalam proses ini terdapat peluang bagi Kelompok Kepentingan untuk menekankan pengaruhnya, salah satunya adalah dengan cara melobi para pengambil kebijakan.

Sudah tidak jarang berbagai kelompok kepentingan memanfaatkan proses pengambilan kebijakan salah satu kelompok kepentingan yang sangat berpengaruh di Amerika contohnya adalah Lobi Yahudi atau Lobi Israel. Beberapa kelompok Lobi Yahudi di Amerika Serikat diantaranya adalah *The American Israel Public Affairs Committee (AIPAC)*, *Anti-Defamation League (ADL)* dan *The Zionist Organization of America (ZOA)*. Para pelobi Israel memanfaatkan proses negosiasi antara presiden dan senat untuk melakukan lobi-lobi politik. Pada proses negosiasi tersebut, kelompok lobi Israel memiliki peran sebagai sumber informasi penyusunan kebijakan itu dan melobi senat maupun presiden agar kebijakan luar negeri pemerintah Amerika Serikat menguntungkan Israel. Sedangkan kongres juga mempunyai peran yang sangat penting. Salah satunya adalah kontrol terhadap aspek finansial yang digunakan presiden dalam menjalankan kebijakan luar negerinya.<sup>11</sup> Kongres berhak untuk melakukan dengar pendapat sebelum usulan kebijakan luar negeri diratifikasi. Pada proses dengar pendapat inilah, lobi-lobi Israel memanfaatkannya untuk melakukan lobi politik yang pro-Israel.

Peluang kelompok kepentingan untuk mempengaruhi kebijakan juga terdapat dalam pembuatan kebijakan luar negeri oleh United States Trade Representative (USTR). USTR merupakan sebuah badan pemerintahan Amerika Serikat yang bertanggung jawab terhadap pengembangan dan pemberi rekomendasi kebijakan perdagangan langsung kepada Presiden Amerika Serikat. Kelompok kepentingan dapat berperan sebagai pemberi informasi kepada USTR terkait dengan masalah dan kasus yang terjadi dalam dunia perdagangan yang kemudian dapat mempengaruhi USTR untuk merealisasikan permohonan atas kebijakan yang mereka ajukan. Hal tersebut dapat dilakukan oleh kelompok kepentingan dengan cara mengirimkan surat kepada USTR lewat website resmi pemerintah Amerika Serikat ([www.regulations.gov](http://www.regulations.gov)). Peran penting USTR dalam pembuatan kebijakan perdagangan luar negeri AS telah diketahui oleh kelompok kepentingan yang bergerak dibidang perdagangan di AS seperti American Apparel and Footwear Association (AAFA), Council of Fashion Designers of America

---

<sup>10</sup> Sayre, W. S. (1966). *American Government*. New York: Barnes & Noble Inc. Hal: 95.

<sup>11</sup> Sayre, W. S. Op.Cit. Hal: 96.

(CFDA), Fashion Accessories Shippers Association (FASA), dan Fashion Jewelry & Accessories Trade Association (FJTA). Salah satu kelompok yang paling aktif memberikan tekanan kepada USTR adalah AAFA. Sebagai kelompok kepentingan yang besar di AS, AAFA memanfaatkan kekuatan dan pengaruhnya yang kuat untuk menekan USTR agar menuruti kebijakan yang diinginkannya. AAFA telah beberapa kali mengirimkan surat kepada USTR untuk menyampaikan kepentingannya seperti menuntut USTR untuk memasukkan berbagai pihak yang melanggar Hak atas Kekayaan Intelektual ke dalam daftar hitam.

### **Kebijakan USTR terhadap Platform *E-Commerce* Alibaba Group**

Sebagai negara dengan tingkat produksi yang tinggi, peran USTR dianggap menguatkan dan mampu melindungi kepentingan ekonomi AS. Luasnya pasar AS dan tingginya jumlah investasi mereka di beberapa negara tentu membutuhkan perlindungan yang sebanding. Apabila tidak diimbangi dengan sistem perlindungan yang sebagaimana mestinya, dikhawatirkan tingginya investasi dan luasnya akses pasar AS justru menjadi bumerang bagi perekonomian AS sendiri. Salah satu fokus USTR adalah untuk melindungi Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Istilah HaKI atau Hak atas Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Right* (IPR), sebagaimana diatur dalam undang-undang No. 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement Establishing the World Trade Organization*). Pengertian HaKI sendiri adalah pemahaman mengenai hak atas kekayaan yang timbul dari kemampuan intelektual manusia, yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi yaitu hak asasi manusia (*human right*).<sup>12</sup> Berikut ini adalah macam-macam HaKI, diantaranya:

- a. Hak Cipta, yaitu hak khusus bagi pencipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya. Termasuk ciptaan yang dilindungi adalah ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, sastra dan seni.
- b. Hak Kekayaan Industri, yaitu meliputi Paten, Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang, dan Indikasi Geografis.<sup>13</sup>

Peran USTR dalam hal perlindungan *Intellectual Property Right* (IPR) atau Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) di realisasikan dengan adanya kantor khusus yang bergerak di bidang tersebut, yaitu USTR Office of Innovation and Intellectual Property (IIP).<sup>14</sup> Kantor ini digunakan sebagai alat untuk mempromosikan hukum terkait Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) yang penegakkannya dilakukan di seluruh dunia, baik bilateral maupun multilateral. IIP juga merupakan representasi Amerika Serikat dalam berbagai dialog dengan rekan dagang dan

---

<sup>12</sup> Praja, Fanny Kurnia Abdi. Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Diakses 10 November 2017 dari: [www.duniadosen.com](http://www.duniadosen.com).

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> USTR. *Intellectual Property*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov).

representasi AS pada masalah kekayaan intelektual di World Trade Organization (WTO).<sup>15</sup> Upaya tersebut mencerminkan pentingnya perlindungan HaKI dan inovasi untuk pertumbuhan ekonomi AS di masa depan. USTR juga berupaya melindungi HaKI di industri dalam negerinya dengan mengeluarkan Ketetapan Khusus 301 (*Special 301*). Ketetapan ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menangani masalah lemahnya pengaturan dan pelaksanaan perlindungan HaKI industrinya di dalam negeri maupun negara mitra dagang.

Dasar hukum lahirnya *Special 301* ini adalah *United States Trade Act 1974, Section 301, Title 19 Chapter 12*.<sup>16</sup> *Special 301* yang merupakan penyempurnaan *Section 301*, dikhususkan untuk perlindungan hak atas kekayaan intelektual yang di dalamnya termasuk wewenang USTR untuk melakukan *mandatory action* terhadap suatu negara, jika ditemukan bahwa hak-hak AS berdasarkan *trade agreement* ditolak, praktik di negara tertentu melanggar atau tidak konsisten dengan ketentuan AS, atau tindakan yang dilakukan oleh negara tersebut dirasa tidak adil dan merugikan AS.

Dalam daftar hitam *Special 301*, USTR juga menggolongkan pasar-pasar yang menurut penilaian dan perhitungan merugikan AS ke dalam daftar hitam yang disebut dengan istilah *Notorious Markets* (pasar-pasar yang terkenal buruk). *Notorious Markets* adalah istilah yang digunakan AS untuk mendeskripsikan situs web dan pasar fisik dimana banyak terjadi pelanggaran HaKI. Di dalam daftar hitam tersebut memuat beberapa penggolongan diantaranya yaitu *virtual markets* (seperti *websites*, platform *e-commerce*), dan *physical markets* (seperti pasar swalayan) yang merugikan dan melanggar HaKI. Pada tahun 2010, USTR mengumumkan bahwa mereka akan mulai menerbitkan daftar hitam *Notorious Markets* secara terpisah dari Laporan *Special 301*, untuk meningkatkan kesadaran publik dan memandu tindakan penegakan hukum terkait.<sup>17</sup> USTR menerbitkan Daftar hitam *Notorious Markets* pertama yang berdiri sendiri pertama kali pada bulan Februari 2011, sebagai "*Out-of-Cycle Review of Notorious Markets*". Pemerintah AS membuat daftar hitam tersebut untuk menyerukan kepada pihak-pihak yang memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan dan upaya untuk memerangi pembajakan dan pemalsuan yang dilakukan oleh pasar-pasar yang masuk ke dalam daftar hitam tersebut dan pasar yang serupa dengannya. Berikut adalah jenis pembajakan produk di dunia yang menjadi bentuk pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI):

---

<sup>15</sup> USTR. *Overview of The Functional Responsibilities of Our Offices*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

<sup>16</sup> Margared. (2009). Upaya Amerika Serikat dalam mengatasi masalah pelanggaran hak cipta produk Amerika Serikat oleh China periode 2001-2007, (Tesis Program Pascasarjana Hubungan Internasional, Universitas Indonesia, 2009). Diakses 10 November 2017 dari: [lib.ui.ac.id](http://lib.ui.ac.id).

<sup>17</sup> USTR *Announces Results of Special 301 Review of Notorious Markets*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

- a. *Counterfeiting*, Pemalsuan produk yang dibuat persis dengan aslinya (menyalin 100%) yang bertujuan untuk mengelabui terhadap orang-orang yang tidak sadar bahwa produk tersebut palsu.
- b. *Piracy*, Hampir sama dengan *counterfeiting* dengan perbedaan pada pembeli yang sadar bahwa produk yang dibeli adalah palsu karena ada perbedaan harga yang signifikan.
- c. *Imitation Brands*, Pemalsuan dengan bentuk yang dibedakan sedikit dari produk aslinya, bisa bungkusnya, label, atau material yang digunakannya.
- d. *Grey Area*, Pabrikan pemegang merek asli memproduksi dari yang seharusnya dibutuhkan tanpa dipasang label aslinya dan dijual secara ilegal.
- e. *Custom-Made Copies*, Meniru produk aslinya dengan cara meminta tolong kepada pengrajin, biasanya mereknya tidak ada tetapi produknya bisa sama persis dengan aslinya karena menggunakan bahan yang berkualitas.
- f. *Soft Lifting*, Menyalin piranti lunak (*software*) tanpa izin, misalnya seseorang yang menyalin *software* dari temannya.
- g. *Commercial Piracy*, Menyalin *software* dengan tujuan dijual kembali.
- h. *Corporate Piracy*, Menyalin *software* untuk kepentingan kantor.
- i. *Garage Piracy*, Menyalin *software* atau musik dalam skala kecil melalui media internet.<sup>18</sup>

USTR sebagai representasi dagang AS, melakukan tugasnya sebagai aktor yang mewakili negara dalam mengontrol dan menyelesaikan permasalahan terkait dagang milik AS dengan rekan negara-negaranya. Walaupun tidak hanya HaKI yang menjadi fokus dari perlindungan USTR, namun permasalahan tersebut merupakan salah satu prioritas karena efek yang disebabkan oleh aktivitas pembajakan produk milik AS sangat mengganggu kestabilan dan keamanan ekonomi dalam negeri AS. Dengan demikian AS ingin menekankan pada dunia bahwa pembajakan merupakan aksi kriminal yang harus diperangi karena tidak menghargai inovasi yang diciptakan oleh seorang pencipta. Pelanggaran HaKI sudah mulai meluas dengan adanya platform *e-commerce* yang membuat produk palsu dan bajakan dapat dipasarkan ke berbagai negara dengan mudah. Oleh karena itu penting bagi USTR untuk mengawasi perusahaan-perusahaan *e-commerce*, dan pihak-pihak yang terkait untuk mengatasi pelanggaran HaKI.

Platform *e-commerce* milik Alibaba Group sempat beberapa kali masuk ke dalam daftar hitam oleh USTR. Pada tahun 2008, USTR memasukkan Alibaba.com dan Taobao.com ke dalam daftar hitam karena didapati menjual barang palsu dan bajakan. Alibaba kemudian melakukan perbaikan dan berkeinginan untuk bekerjasama dalam mengatasi pelanggaran HaKI

---

<sup>18</sup> Hidayat, Anas & Phau, Ian. (2003). Pembajakan Produk: Dilema Budaya Antara Barat Dan Timur, Kajian Literatur Pada Sisi Permintaan, Vol. 2. *Jurnal Siasat Bisnis* - jurnal.uir.ac.id. Hal: 192.

tersebut. Akhirnya platform *e-commerce* Alibaba tersebut berhasil keluar dari daftar hitam, Alibaba.com pada tahun 2011 dan Taobao.com pada tahun 2012. Selang empat tahun kemudian, platform *e-commerce* Alibaba yaitu Taobao.com kembali dimasukkan oleh USTR ke dalam daftar hitam tahun 2016.

### **1. Dimasukkannya Platform *E-Commerce* Alibaba Group ke dalam Daftar Hitam**

Pembajakan dan pemalsuan produk secara global semakin banyak terjadi karena besarnya pasar yang membuat kegiatan terlarang tersebut terus berkembang. Banyak *websites* asal Tiongkok yang diduga melakukan pelanggaran HaKI karena memfasilitasi pembajakan hak cipta dan pemalsuan merek dagang yang masuk dalam pengawasan United States Trade Representative (USTR), salah satunya adalah *e-commerce websites* asal Tiongkok. Pada laporan daftar hitam *Notorious Markets* tahun 2008, USTR memasukkan beberapa website-website ke dalam kategori *Virtual Markets* diantaranya yaitu:

- a. Allofmp3 (Rusia).
- b. Baidu (Tiongkok).
- c. *Business-to-business (B2B) and business-to-consumer (B2C) websites* (Tiongkok).
- d. PirateBay (Swedia).<sup>19</sup>

USTR menyebutkan bahwa banyak *websites* asal Tiongkok yang menjual produk palsu seperti Alibaba.com dan Taobao.com yang merupakan bisnis dari perusahaan Alibaba Group. USTR hanya menyebutkan contoh platform *e-commerce* milik Alibaba Group karena perusahaan tersebut adalah perusahaan *e-commerce* yang paling besar dan berpengaruh di Tiongkok. Dalam daftar hitam tersebut, Amerika Serikat mengajak kepada otoritas yang berwenang di Tiongkok dan negara lainnya untuk melakukan langkah dalam memberantas pembajakan dan pemalsuan yang dilakukan di pasar-pasar yang telah disebutkan dan yang sejenisnya.

### **2. Dikeluarkannya Platform *E-Commerce* Alibaba Group dari Daftar Hitam**

Setelah perusahaan Alibaba mengklaim telah melakukan perbaikan dan ingin bekerjasama untuk memberantas pembajakan dan pemalsuan. Akhirnya Alibaba.com tidak lagi dimasukkan ke dalam daftar hitam oleh USTR di tahun 2011. USTR memisahkan secara khusus daftar hitam *Notorious Markets* tahun 2011 dari daftar *Special 301* ke dalam *Out-of-Cycle Review of Notorious Markets*.<sup>20</sup> Namun dalam daftar hitam tahun 2011 tersebut, USTR masih memasukkan Taobao.com walaupun USTR telah mengakui bahwa

---

<sup>19</sup> USTR Issues 2008 Special 301 Report. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

<sup>20</sup> (2011). USTR Announces Results of Special 301 Review of Notorious Markets. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

Taobao sudah membuat langkah yang baik dalam usahanya mengatasi keberadaan barang-barang terlarang yang dijual melalui websitenya. USTR menilai Taobao masih memiliki jalan yang panjang untuk menyelesaikan masalah tersebut. USTR juga menunjukkan bahwa Taobao termasuk ke dalam peringkat 15 besar website yang paling banyak dikunjungi di dunia dan masuk peringkat 5 besar di Tiongkok.

Dalam daftar hitam *Out-of-Cycle Review of Notorious Markets* tahun 2012, USTR memuji beberapa website atau pasar yang telah melakukan usaha dalam menangani penyebaran produk palsu dan bajakan dan mengajak pasar yang lain agar terus melakukan usaha untuk mengekang aktivitas terlarang tersebut. USTR pun memberikan contoh tindakan positif pada pasar yang teridentifikasi dalam daftar hitam tahun 2011 yaitu Taobao yang sebelumnya masuk dalam daftar *Notorious Markets* atas penyebaran produk palsu dan bajakan melalui pasar *e-commerce* miliknya. Taobao.com pun dikeluarkan dari daftar hitam tahun 2012 karena telah melakukan upaya yang bagus atas kerjasama dengan pemegang hak secara langsung dan melalui asosiasi industri mereka untuk membersihkan situsnya.<sup>21</sup> Agar tidak masuk ke dalam daftar hitam di masa mendatang, USTR mendesak Taobao untuk lebih memudahkan prosedur dalam mengirim dan menanggapi pemberitahuan agar mempersingkat waktu yang diperlukan untuk menghapus produk palsu atau bajakan dan melanjutkan upayanya untuk bekerjasama dan mencapai hasil yang memuaskan dengan pemegang-pemegang hak di AS, asosiasi industri, dan UKM di AS.

### **3. Dimasukkannya Kembali Platform *E-Commerce* Alibaba Group ke dalam Daftar Hitam**

Platform *e-commerce* Taobao.com menjadi perhatian penting USTR karena banyaknya volume barang yang diduga palsu dan bajakan yang tersedia dan tantangan dari pemegang hak di AS untuk menghapus dan mencegah penjualan ilegal dan penawaran barang-barang tersebut. Pemegang hak di AS dan juga luar negeri terus melaporkan tingginya tingkat pemalsuan dan pembajakan produk pada Taobao. Pada tahun 2015, USTR telah menyatakan keprihatinannya atas kegagalan Alibaba untuk membendung perdagangan barang palsu dan bajakan namun USTR masih menolak untuk memasukkan kembali Alibaba ke dalam daftar hitam. Hingga akhirnya USTR memasukkan kembali Taobao.com ke dalam daftar hitam *Out-of-Cycle Review of Notorious Markets* tahun 2016.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> (2012). *USTR Announces Results of Special 301 Review of Notorious Markets*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

<sup>22</sup> *2016 Notorious Markets List Spotlights Fight against Global Piracy and Counterfeiting of American Products*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

Induk perusahaan Taobao, Alibaba Group sebelumnya telah mengambil langkah untuk mengatasi kekhawatiran pemegang hak pada Taobao seperti dengan mendirikan kantor internal yang berfokus pada HaKI dan menunjuk petugas berpengalaman untuk memandu upaya tersebut, mengatasi penyalahgunaan merek sebagai kata kunci dan merek dagang yang samar dalam gambar produk, dan mengembangkan teknologi untuk mencegah penjual palsu membuka kembali toko di Taobao. Alibaba mengklaim telah secara proaktif menghapus lebih dari 380 juta daftar produk dan menutup sekitar 180.000 toko di Taobao dalam 12 bulan terakhir hingga Agustus tahun 2016.<sup>23</sup> Walaupun upaya-upaya tersebut memberikan harapan positif untuk masa depan Taobao namun tingkat pemalsuan dan pembajakan yang dilaporkan masih sangat tinggi. Barang-barang palsu dan bajakan tidak hanya menimbulkan ancaman ekonomi yang serius bagi industri kreatif dan inovatif di AS, pemalsuan substandar seperti suku cadang mobil menimbulkan potensi ancaman bagi konsumen yang tidak menaruh kecurigaan. Salah satu pabrik besar kendaraan bermotor melaporkan bahwa setidaknya 95% dari barang dagangan yang memakai nama merek dan cap dagang perusahaannya yang ditemukan di platform *e-commerce* Alibaba diduga palsu.

Sebelum kembali memasukkan platform *e-commerce* milik Alibaba ke dalam daftar hitam, USTR telah beberapa kali mendapatkan laporan dari kelompok kepentingan seperti kelompok bisnis yang ada di AS yaitu American Apparel and Footwear Association (AAFA). AAFA yang mewakili berbagai perusahaan pakaian dan alas kaki di AS meminta USTR untuk memasukkan kembali platform *e-commerce* milik Alibaba ke dalam daftar hitam karena tetap menjual produk palsu dan bajakan dalam volume besar.

### **Kepentingan *American Apparel and Footwear Association* dalam Melindungi Hak atas Kekayaan Intelektual**

AAFA bekerja secara komprehensif untuk memastikan kesuksesan dan pertumbuhan industri pakaian dan alas kaki, pemasoknya, dan pelanggannya. AAFA mempunyai kemampuan khusus dalam manajemen rantai pasokan barang, kebijakan perdagangan, dan perlindungan merek dagang untuk membantu anggotanya menguasai lingkungan peraturan yang kompleks dan memperkecil pengeluaran untuk hal tersebut. Dengan kemampuannya tersebut, AAFA memiliki tanggung jawab kepada berbagai perusahaan yang menjadi anggotanya untuk mengatasi berbagai permasalahan seperti pelanggaran hak atas kekayaan intelektual yang menyebabkan banyak kerugian.

Stephen Lamar, wakil eksekutif presiden dari AAFA mengatakan bahwa produk alas kaki, pakaian, dan barang-barang fesyen lainnya merupakan barang yang paling banyak

---

<sup>23</sup> Ibid.

dipalsukan.<sup>24</sup> Pemalsuan produk alas kaki dan pakaian tidak hanya menimbulkan kerugian ekonomi, tapi juga menimbulkan masalah keamanan. Fasilitas dalam pembuatan sepatu, pakaian, dan aksesoris palsu juga biasanya tidak memenuhi standar yang tinggi atau mematuhi peraturan untuk memastikan keamanan produk, keselamatan pekerja, dan hak-hak pekerja. Pemalsuan dan pembajakan juga menghasilkan produk tiruan yang membahayakan nyawa seperti suku cadang mobil yang gagal, obat-obatan yang malah membuat orang sakit, mainan yang membahayakan anak-anak, dan lainnya.

Hasil dari rantai pasokan produk terlarang tersebut seringkali masuk ke dalam kejahatan yang terorganisir. Menurut laporan AAFA, pelaku pemalsuan memanfaatkan lemahnya tata kelola internet, mereka seringkali memakai nama domain yang mirip dengan merek dagang perusahaan untuk mengelabui konsumen.<sup>25</sup> Mereka juga berusaha untuk menghindari deteksi oleh pemilik merek dari AS dan otoritas hukum dengan memilih domain kode negara tingkat atas (ccTLD / Country Code Top-Level Domain) seperti “.uk” di Inggris, “.ca” di Kanada, dan “.us” di Amerika Serikat untuk menyaingi eksistensi domain bisnis yang lebih umum “.com” dan tipe domain bisnis yang lainnya. Beberapa ccLTD memerlukan upaya yang rumit dan memakan waktu, termasuk litigasi untuk menonaktifkan atau memulihkan nama domain yang melanggar merek dagang AS.

Dalam kepentingannya mengatasi maraknya pemalsuan dan pembajakan barang yang merugikan banyak perusahaan anggotanya, AAFA memanfaatkan kekuatannya yang besar sebagai sebuah kelompok kepentingan di AS untuk mempengaruhi pemerintah AS seperti USTR untuk membuat kebijakan dalam menangani pihak-pihak yang merugikan perekonomian AS. Salah satu upaya dilakukan AAFA untuk membendung peredaran barang palsu dan bajakan melalui platform *e-commerce* adalah dengan cara menekan USTR untuk memasukkan berbagai pasar online dan fisik yang memfasilitasi penjualan barang terlarang tersebut kedalam daftar hitam yang dibuat oleh USTR untuk mendorong pihak yang berwenang agar menindak lanjuti hal tersebut. Dengan bekerjasama dengan para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan industri, AAFA membantu melindungi reputasi global merek dagang, kekayaan intelektualnya, serta para pekerja dan konsumen.<sup>26</sup> CEO AAFA, Rick Helfenbein mengatakan bahwa mencegah pencurian kekayaan intelektual sangat penting untuk bisnis AS dan pertumbuhan lapangan pekerjaan di AS.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Buxbaum, Peter. *Footwear Is Most Counterfeited Item in International Trade*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ajot.com](http://www.ajot.com).

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> AAFA. *Priorities, Brand Protection*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

<sup>27</sup> *Apparel and Footwear Industry Praises USTR Release of Special 301 Report on Intellectual Property*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

## **Upaya yang Dilakukan *American Apparel and Footwear Association* untuk Mempengaruhi Kebijakan USTR**

Sejak dikeluarkan dari daftar hitam pada tahun 2012, Alibaba Group dengan platform *e-commerce*nya menjadi perhatian AAFA dan berbagai pihak yang berupaya untuk membendung pemalsuan dan pembajakan. Stephen Lamar, wakil eksekutif presiden dari AAFA mengatakan bahwa Alibaba telah lamban dalam melaksanakan program untuk memerangi barang palsu dan bajakan, dan Alibaba juga tidak mampu atau tidak tertarik dalam mengatasi masalah tersebut.<sup>28</sup> Sebagai tanggapan atas tuduhan AAFA tersebut, Alibaba mengatakan telah menerapkan berbagai langkah untuk memerangi penipuan di website miliknya, termasuk pengumpulan data, pengecekan produk secara acak, menyediakan formulir keluhan online, bekerja dengan pihak berwenang di Beijing, dan bekerjasama dengan lebih dari 1000 pemilik merek dagang dan beberapa asosiasi industri. Juru bicara Alibaba mengatakan bahwa Alibaba telah berdiskusi dengan AAFA sejak tahun 2012 mengenai cara terbaik untuk mengatasi masalah tersebut dan berkomitmen untuk terus melakukannya. Taobao telah dikeluarkan dari daftar hitam pada tahun 2012 karena kemajuan yang dilakukan Alibaba dalam menangani masalah pelanggaran HaKI dan setuju untuk membersihkan barang palsu dan bajakan dan mencegah penjualannya, namun Stephen Lamar mengatakan bahwa sejak saat itu masalah pelanggaran HaKI malah semakin memburuk. Presiden dan CEO AAFA juga mengatakan bahwa USTR menghapus Alibaba dari daftar hitamnya pada tahun 2012 dengan syarat bahwa perusahaan tersebut memenuhi persyaratan khusus untuk kedepannya, namun faktanya persyaratan tersebut belum terpenuhi dan sebagai hasilnya konsumen AS dan anggota AAFA dirugikan.

AAFA merupakan salah satu kelompok kepentingan yang menginginkan platform *e-commerce* Alibaba, Taobao kembali dimasukkan ke dalam daftar hitam USTR. Salah satu upaya yang dilakukan AAFA agar platform *e-commerce* Alibaba dimasukkan kembali ke daftar hitam oleh USTR adalah mengirimkan laporan berupa surat permintaan kepada USTR. AAFA mengirimkan surat kepada Christine Peterson yang menjabat sebagai *Director for Intellectual Property and Innovation Office of the United States Trade Representative* secara elektronik melalui website resmi AS ([www.regulations.gov](http://www.regulations.gov)) pada tanggal 7 Oktober 2016.<sup>29</sup> Surat tersebut merupakan pernyataan AAFA untuk laporan daftar hitam *Special 301 Out-of-Cycle Review of Notorious Markets* tahun 2016, daftar hitam yang memberi tahu publik tentang pasar yang dilaporkan terlibat dalam pemalsuan merek dagang. Dalam surat tersebut AAFA menganggap

---

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> AAFA Calls Out Alibaba in Notorious Markets Submission to USTR. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

serius masalah pemalsuan dan pencurian merek dagang. AAFA melampirkan daftar pasar-pasar yang merugikan anggotanya dari penjualan yang hilang hingga milyaran, merusak reputasi, dan kerugian dari biaya hukum yang besar. Pada akhirnya kerugian tersebut dapat mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan AS dan semakin tingginya harga untuk konsumen AS. Menurut AAFA pemalsuan juga dapat merugikan pekerja yang berada di pabrik-pabrik yang membuat produk palsu karena tempat kerja yang kondisinya buruk dan berbahaya, dan juga merugikan konsumen yang mengkonsumsi produk palsu karena memiliki kualitas yang rendah dan tidak aman.<sup>30</sup> Pengajuan AAFA mencakup platform *e-commerce* Alibaba, Taobao dan 117 pasar fisik dan online lainnya yang tidak mengatur keberadaan penjualan barang palsu dengan baik.<sup>31</sup>

Dalam suratnya kepada USTR tersebut, AAFA mencatat bahwa Alibaba telah gagal mengikuti pedoman USTR dalam mencegah penjualan barang dagangan palsu di platform *e-commerce*nya. Hasil penelitian dari sebuah badan pemerintahan di Tiongkok yaitu State Administration for Industry and Commerce juga dimasukkan dalam surat untuk bukti. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa lebih dari dua pertiga (67 persen) produk yang dijual di platform *e-commerce* Alibaba, Taobao, adalah produk palsu.<sup>32</sup> AAFA menunjukkan data dari Organization of Economic Cooperation and Development (OECD) dan European Union (EU) Intellectual Property Office (IPO) yang memperkirakan bahwa pemalsuan mencapai 2,5% dari jumlah impor selama tahun 2013. Pada angka tersebut, industri barang palsu mencapai hampir 500 miliar dollar AS. Selain itu juga data dari U.S. Customs and Border Protection (CBP) yang mengumumkan penyitaan barang palsu yang mencapai jumlah senilai 1,5 miliar dollar AS yang 40 persennya merupakan produk pakaian dan alas kaki.<sup>33</sup>

Dalam suratnya, AAFA sangat mendesak USTR agar Alibaba dan platform *e-commerce*nya, termasuk Taobao, dimasukkan sebagai sebuah *Notorious Market* dalam daftar hitam tahun 2016. AAFA menyebutkan bahwa barang-barang palsu tetap merajalela di Taobao dan terus ditemukan di platform *e-commerce* Alibaba lainnya. AAFA pun menunjukkan beberapa alasannya untuk menjadi bahan pertimbangan oleh USTR sebagai berikut:

- a. Pada awal tahun 2015 sebuah badan pemerintahan Tiongkok, State Administration for Industry and Commerce (SAIC) menemukan bahwa 67 persen barang yang dibeli di Taobao merupakan barang palsu.

---

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Genevieve, Scarano. *AAFA Calls Out Alibaba for Counterfeiting—Again*. Diakses 10 November 2017 dari: [sourcingjournal.com](http://sourcingjournal.com).

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> *AAFA Calls Out Alibaba in Notorious Markets Submission to USTR*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

- b. Pemantauan AAFA terhadap situs Taobao, dari hasil pembelian yang telah divalidasi oleh tim AAFA, menunjukkan bahwa sekitar setengah dari merek yang telah dipantau merupakan barang palsu.
- c. Pada situs Taobao setiap harinya akan ditemukan daftar puluhan barang dari merek dagang anggota AAFA yang memiliki harga yang sangat murah, terindikasi kuat bahwa barang dagangan tersebut adalah palsu.
- d. Anggota AAFA yang selalu memantau platform Alibaba secara teratur dan terus melaporkan perkembangan dari pemalsuan barang yang semakin meluas.<sup>34</sup>

AAFA menggarisbawahi pernyataan USTR pada laporan daftar hitam pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa USTR menghimbau Taobao untuk mempersingkat waktu dalam menghapus daftar barang palsu yang ada di situsnya, mencapai hasil yang memuaskan dengan pemegang hak di AS dan asosiasi industri seperti pakaian dan alas kaki, dan UKM. Dalam laporan daftar hitam tahun 2013 dan 2014, USTR juga terus mendesak Taobao dan Alibaba untuk bekerja sama dengan industri pakaian dan alas kaki guna mengatasi kekhawatiran serius industri tersebut, terutama yang melibatkan usaha kecil dan menengah (UKM) yang tidak memiliki akses ke badan penegakan hukum yang memerlukan biaya yang mahal. AAFA menyampaikan kekecewaan pada bulan April tahun 2015 kepada beberapa lembaga pemerintah AS namun kekhawatiran AAFA tersebut tidak ditanggapi.<sup>35</sup> Pada bulan Juli tahun 2015, AAFA juga mengirim surat kepada Pemimpin Alibaba Jack Ma dan memberikan empat poin proposal untuk mengatasi masalah tindakan pemalsuan namun AAFA tidak menerima tanggapan atas suratnya.

AAFA menggarisbawahi kembali pernyataan USTR dalam laporannya yang menyatakan bahwa sistem yang lebih efisien untuk mengatasi kekhawatiran pemegang HaKI harus segera dibuat tanpa penundaan. Laporan tersebut secara khusus meminta Alibaba untuk menyederhanakan prosedur dengan membuatnya tersedia untuk umum, dan mempercepat waktu dalam pemberian hukuman. Meskipun AAFA telah membaca tentang sejumlah inisiatif yang telah diumumkan Alibaba setelah adanya laporan tersebut, AAFA belum melihat bukti nyata bahwa tindakan tersebut dilakukan atau sedang dilaksanakan. Meskipun juga beberapa anggota AAFA melaporkan peningkatan pada beberapa platform Alibaba seperti Tmall, mereka juga mencatat bahwa pemalsuan di Taobao terus berada pada level yang bermasalah. Namun sejumlah anggota AAFA telah melaporkan adanya hubungan antara Tmall dan Taobao terutama pada waktu *Singles Day* dan hari-hari belanja lainnya dimana jumlah barang palsu pada merek

---

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Ibid.

tertentu di Taobao akan turun dalam waktu singkat untuk mendorong bisnis di Tmall.<sup>36</sup> Anggota AAFA juga melaporkan hal yang sama pada platform *e-commerce* yang lain seperti AliExpress.

Dengan mengingat tingginya tingkat pemalsuan yang masih tetap ada di Taobao serta kurangnya kemajuan pada tolok ukur selama empat tahun terakhir, AAFA merekomendasikan agar Alibaba dan platform *e-commerce* yang terkait dengannya untuk dimasukkan ke dalam daftar hitam. Hal tersebut sangat penting bagi AAFA karena besarnya jaringan Alibaba yang terus tumbuh dan membuat pelaku pemalsuan berkembang menjadi populasi yang lebih besar secara global.<sup>37</sup> AAFA melampirkan dalam suratnya tersebut beberapa pasar online dan fisik yang direkomendasikan untuk masuk dalam laporan daftar hitam *Notorious Markets* tahun 2016, diantaranya adalah taobao.com, alibaba.com, 123mua.vn, kaymu.pk, shopclues.com, macys-shoes.com, macysstore.us, macyskorea.com, buyma.com, mifanli.com, from-us.cn, harmaal.pk, snapdeal.com, vatgia.com, hotdeal.vn, muaban.net, rongbay.com, beberapa pasar fisik di berbagai negara seperti Zengcheng International Jeans Market di Tiongkok, Chatuchak Weekend Market di Thailand, Dong Market di Vietnam, Dabwali di India, El Tepito di Meksiko, dan Sadovod Market di Rusia.<sup>38</sup>

AAFA juga mengirimkan surat kepada Probir Mehta, *Assistant United States Trade Representative for Innovation and Intellectual Property Office of the USTR* pada tanggal 21 Oktober 2016 untuk membantah pernyataan Alibaba yang dikirimkan ke USTR pada tanggal 7 Oktober 2016. Surat tersebut berisi komentar penolakan AAFA atas pembelaan Alibaba agar tidak dimasukkan ke dalam daftar hitam. AAFA menolak surat pembelaan oleh Alibaba yang menyarankan adanya tingkat pemalsuan yang dapat diterima dan ditoleransi, terutama untuk perusahaan besar seperti Alibaba. AAFA juga menyampaikan bahwa Alibaba masih kurang transparan, seperti pada surat pembelaannya yang mengatakan telah melakukan tes pembelian namun tidak melaporkan berapa presentase dari pembelian tersebut yang menunjukkan barang palsu.<sup>39</sup> Kurangnya transparansi tersebut menimbulkan banyak pertanyaan dan melemahkan kredibilitas Alibaba dalam membuat klaim atas perkembangannya. Dengan surat tersebut AAFA pun memperbarui permintaannya untuk menominasikan Alibaba dan platform *e-commercenya* ke dalam laporan daftar hitam *Notorious Markets* tahun 2016 oleh USTR.

Untuk menambah kekuatannya, AAFA membangun jaringan dengan kelompok kepentingan lain yang juga bergerak dalam perlindungan HaKI untuk menekan USTR. Pada tanggal 26 Oktober 2016, AAFA kembali mengirimkan surat kepada *Assistant United States*

---

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> AAFA's rebuttal comments. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

*Trade Representative for Innovation and Intellectual Property Office of the USTR*, Probir Mehta untuk kembali mendorong USTR agar memasukkan platform *e-commerce* Alibaba, terutama Taobao dan platform lainnya seperti AliExpress. Surat tersebut didukung dan ditandatangani oleh beberapa kelompok kepentingan dari berbagai negara, diantaranya adalah:<sup>40</sup>

- a. AFL-CIO
- b. Asian Coalition Against Counterfeiting and Piracy (ACACAP)
- c. Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA)
- d. Auto Care Association
- e. Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP)
- f. Council of Fashion Designers of America (CFDA)
- g. Fashion Accessories Shippers Association (FASA)
- h. Fashion Jewelry & Accessories Trade Association
- i. Federation of the Swiss Watch Industry FH (FHS)
- j. Istituto di Centromarca per la Lotta Alla Contraffazione (INDICAM)
- k. Motor & Equipment Manufacturers Association
- l. Norwegian Anti-Counterfeiting Group (NACG)
- m. Rubber and Plastic Footwear Manufacturers Association
- n. Specialty Equipment Market Association (SEMA)
- o. Trademark Working Group
- p. Travel Goods Association (TGA)
- q. Union des Fabricants (UNIFAB)

Dengan membangun jaringan dengan kelompok-kelompok kepentingan lain tersebut, dorongan AAFA kepada USTR semakin kuat. Akhirnya USTR merespon surat laporan AAFA dengan memasukkan platform *e-commerce* milik Alibaba, Taobao ke dalam daftar hitam *Out-of-Cycle Review of Notorious Markets* tahun 2016 yang dirilis pada tanggal 21 Desember 2016.<sup>41</sup> AAFA pun langsung memuji tindakan USTR yang memutuskan untuk memasukkan Taobao ke dalam daftar hitam tahun 2016. Presiden dan CEO dari AAFA, Rick Helfenbein mengatakan bahwa di tahun yang akan datang, AAFA akan bekerjasama dengan anggotanya, USTR dan instansi pemerintah lainnya, pemegang saham, dan Alibaba untuk melakukan

---

<sup>40</sup> AAFA and 17 Organizations Call For Alibaba to Be Listed As a Notorious Market. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

<sup>41</sup> 2016 Notorious Markets List Spotlights Fight against Global Piracy and Counterfeiting of American Products. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

perbaikan yang berkelanjutan untuk menghapus barang palsu secara permanen yang ada di platform *e-commerce*.<sup>42</sup>

## **Kesimpulan**

Seiring perkembangan teknologi, terutama dengan adanya internet, perdagangan menjadi semakin mudah dilakukan dengan cara online melalui website yang dikenal dengan platform *e-commerce*. Perusahaan *e-commerce* yang mulai bermunculan dan membuka cabang di berbagai negara menjadikan perusahaan tersebut sebagai salah satu aktor dalam hubungan internasional atau bisa disebut sebagai *Multinational Corporations* (MNCs). Seiring dengan semakin banyaknya perusahaan *e-commerce* yang muncul dari berbagai negara, masalah pun mulai bermunculan. Salah satu masalah yang mencuat dalam bidang *e-commerce* adalah tentang maraknya pelanggaran *property rights* atau Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat pun menerima kerugian besar karena produk-produknya banyak dipalsukan dan dijual melalui platform *e-commerce*. Tiongkok menjadi negara paling terkenal dengan tingginya kasus pelanggaran HaKI yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *e-commerce* asal negaranya. Pemerintah Amerika Serikat pun membuat serangkaian kebijakan melalui badan yang bertanggung jawab secara khusus menangani masalah tersebut yaitu United States Trade Representative (USTR). Salah satu kebijakan yang dibuat oleh USTR adalah membuat daftar hitam yang memuat berbagai pasar fisik dan online termasuk platform *e-commerce* yang memfasilitasi pembajakan hak cipta dan pemalsuan merek dagang.

USTR telah beberapa kali membuat daftar hitam dan memasukkan beberapa platform *e-commerce* asal Tiongkok yang didapati menjual barang palsu dan bajakan, diantaranya yaitu platform *e-commerce* milik Alibaba Group. Alibaba Group merupakan perusahaan multinasional yang berpusat di Hangzhou, Tiongkok. Alibaba adalah induk dari berbagai perusahaan *e-commerce* yang ada dibawah naungannya, beberapa diantaranya yaitu Taobao, Tmall, dan Aliexpress. Dalam laporan *Special 301* tahun 2008, USTR memasukkan Alibaba.com dan Taobao.com ke dalam daftar hitam sebagai *Notorious Markets* karena didapati memfasilitasi penjualan barang palsu. Namun setelah Alibaba meyakinkan USTR dengan melakukan perbaikan dan ingin melakukan kerjasama dalam memerangi masalah tersebut, akhirnya platform *e-commerce* Alibaba tersebut berhasil keluar dari daftar hitam, Alibaba.com di tahun 2011 dan Taobao.com di tahun 2012. Walaupun Alibaba telah dikeluarkan dari daftar hitam namun platform *e-commerce* Alibaba masih diawasi oleh USTR, namun akhirnya platform *e-commerce* Alibaba yaitu Taobao kembali masuk ke dalam daftar hitam tahun 2016.

---

<sup>42</sup> AFAA Applauds the Addition of Taobao to USTR Notorious Markets Report. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).

Penyebab dari kebijakan yang dibuat oleh USTR tersebut dapat diketahui dengan menggunakan teori pembuatan kebijakan luar negeri oleh William D. Coplin. Menurut Coplin, pembuatan kebijakan luar negeri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah politik dalam negeri, ekonomi dan militer, dan konteks internasional. Dalam faktor politik dalam negeri terdapat berbagai *policy influencer*, salah satunya adalah kelompok kepentingan yang digolongkan ke dalam *interest influencer*. Dalam pembuatan kebijakan luar negeri oleh USTR, kelompok kepentingan dapat berperan sebagai pemberi informasi kepada USTR terkait dengan masalah dan kasus yang terjadi dalam dunia perdagangan yang kemudian dapat mempengaruhi USTR untuk merealisasikan permohonan atas kebijakan yang mereka ajukan. Hal tersebut dapat dilakukan oleh kelompok kepentingan dengan cara mengirimkan surat kepada USTR lewat website resmi pemerintah Amerika Serikat ([www.regulations.gov](http://www.regulations.gov)).

Dimasukkannya kembali platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016 tidak lepas dari faktor politik domestik yang mempengaruhi pembuatan kebijakan luar negeri oleh USTR tersebut. Terdapat beberapa kelompok kepentingan yang merupakan aktor domestik di Amerika Serikat yang menekan USTR agar memasukkan platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam, salah satunya adalah *American Apparel and Footwear Association* (AAFA) yang merupakan kelompok kepentingan berupa asosiasi bisnis dari berbagai perusahaan pakaian dan alas kaki di Amerika Serikat. AAFA yang mewakili lebih dari 1000 perusahaan AS seperti Adidas dan Vans meminta USTR agar memasukkan kembali platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016 karena Alibaba telah dianggap gagal dalam memenuhi rekomendasi USTR untuk mencegah penjualan barang palsu di platform *e-commercenya*. AAFA sempat beberapa kali mengirimkan surat laporan kepada USTR untuk mempengaruhi pembuatan kebijakan USTR. Melalui suratnya, AAFA menekan USTR agar memasukkan platform *e-commerce* Alibaba ke dalam laporan daftar hitam tahun 2016. Selain itu, AAFA juga membangun jaringan dengan kelompok kepentingan yang lain yang juga menginginkan USTR untuk memasukkan platform *e-commerce* milik Alibaba Group ke dalam daftar hitam. Dengan bukti yang kuat dan dukungan dari banyak pihak, AAFA berhasil mempengaruhi USTR yang akhirnya memasukkan platform *e-commerce* Alibaba yaitu Taobao ke dalam daftar hitam tahun 2016.

Dengan demikian, pertanyaan dari rumusan masalah dalam penelitian ini, “Mengapa United States Trade Representative (USTR) kembali memasukkan platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016?” telah terjawab. Penyebab USTR kembali memasukkan platform *e-commerce* Alibaba ke dalam daftar hitam tahun 2016 adalah karena adanya pengaruh dan tekanan dari *American Apparel and Footwear Association* (AAFA) yang merupakan sebuah kelompok kepentingan di Amerika Serikat.

## Referensi

### Buku:

- Bambang, dan Sugianto. (2007). Pendidikan Kewarganegaraan. Surakarta: Penerbit Graha.
- Chaudhury, A. & Kuilboer, J. (2001). *E-Business and E-commerce Infrastructure, International ed.* New York: McGraw-Hill.
- Coplin, William D. (1992). Pengantar Politik Internasional: Suatu Telaah Teoritis terj. Marsedes Marbun, Edisi Kedua. Bandung: Sinar Baru.
- Drazen, A. (2000). *Political Economy in Macroeconomics*. UK: Princeton.
- Eddi Wibowo, dkk. (2004). Ilmu Politik Kontemporer. Yogyakarta: YPAPI.
- Kenneth, L. Kraemer., Jason, Dedrick., dan Nigel, P. Melville. (2006). "Globalization and National Diversity: E-commerce Diffusion and Impacts Across Nations," dalam *Global E-commerce: Impacts of National Environment and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Laudon, Kenneth & Traver. (2010). *E-Commerce, Business, Technology and Society*. Prentice Hall.
- Mas'ood, Mohtar. (1997). Perusahaan Multinasional dalam Ekonomi Politik Internasional. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sayre, W. S. (1966). *American Government*. New York: Barnes & Noble Inc.
- Setiawan, B. (2013). WTO dan perdagangan abad 21. Yogyakarta: Resist Book.
- Singh, Robert. (2003). *American Government and Politics*. London: SAGE Publications Ltd.
- Stiglitz, Joseph. (2002). *Globalization and Its Discontents*. Allen Lane: Penguin Books.
- Storey, William. (2007). *US Government and Politics (Politics Study Guides)*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Wittkopf, Eugene R., Jones, Christopher M., Jr, Charles W. Kegley. (2003). *American Foreign Policy Pattern and Process*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Zeng. (2004). "Trade Threats, Trade Wars" *Bargaining, Retaliation, and American Coercive Diplomacy*. Amerika Serikat: The University of Michigan Press.
- Zheng, Qin. (2009). *Introduction to E-commerce*. Beijing: Tsinghua University Press.

### Jurnal:

- Hidayat, Anas & Phau, Ian. (2003). Pembajakan Produk: Dilema Budaya Antara Barat Dan Timur, Kajian Literatur Pada Sisi Permintaan, Vol. 2. Jurnal Siasat Bisnis - jurnal.uui.ac.id.

## **Sumber Internet:**

- 10 *E-Commerce* Terpopuler di Mata Dunia dan Indonesia. Diakses 10 November 2017 dari: [binatalentanusantara.com](http://binatalentanusantara.com).
- 10 Toko Online Terbaik dan Terbesar di Dunia. Diakses 10 November 2017 dari: [www.centerklik.com](http://www.centerklik.com).
- 2016 Notorious Markets List Spotlights Fight against Global Piracy and Counterfeiting of American Products*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).
- AAFA and 17 Organizations Call For Alibaba to Be Listed As a Notorious Market*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA. Who We Are*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA Calls Out Alibaba in Notorious Markets Submission to USTR*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA's rebuttal comments*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA Applauds the Addition of Taobao to USTR Notorious Markets Report*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA. Priorities, Brand Protection*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- AAFA Calls Out Alibaba in Notorious Markets Submission to USTR*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- Alibaba avoids being named on U.S. blacklist for fakes*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.reuters.com](http://www.reuters.com).
- Alibaba Builds a Secure, Reliable, and Fast Data Center Using F5 Application Delivery Networking Products*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.f5.com](http://www.f5.com).
- Alibaba.com shares jump 165% in Hong Kong debut*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.marketwatch.com](http://www.marketwatch.com).
- Amazon.com Situs Jual Beli Terbesar Di Dunia Berawal Dari Garasi. Diakses 10 November 2017 dari: [gustinerz.com](http://gustinerz.com).
- Apa Itu Amazon.com & Sejarah Perkembangannya. Diakses 10 November 2017 dari: [vccmurah.net](http://vccmurah.net).
- Apparel and Footwear Industry Praises USTR Release of Special 301 Report on Intellectual Property*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.aafaglobal.org](http://www.aafaglobal.org).
- Buxbaum, Peter. *Footwear Is Most Counterfeited Item in International Trade*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ajot.com](http://www.ajot.com).
- Chandra, Budi. (2017). *Menyasar Pajak Transaksi e-Commerce*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id).
- China's Top 10 Exports*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.worldstopexports.com](http://www.worldstopexports.com).

- Custer, C. (2015). *Alibaba invests \$200M in Snapchat*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com).
- Dawson, Chris. (2015). *Alibaba sells 11 Main, Auctiva and Vendio to OpenSky*. Diakses 10 November 2017 dari: [tamebay.com](http://tamebay.com).
- Deep dive into Taobao, China's biggest C2C ecommerce website*. Diakses 10 November 2017 dari: [socialbrandwatch.com](http://socialbrandwatch.com).
- Genevieve, Scarano. *AAFA Calls Out Alibaba for Counterfeiting—Again*. Diakses 10 November 2017 dari: [sourcingjournal.com](http://sourcingjournal.com).
- Global eCommerce Sales. Trends and Statistics 2016*. Diakses 8 November 2017 dari: [www.remarkety.com](http://www.remarkety.com).
- IIPA. (2012). *Historical Summary of Selected Countries Placement for Copyright- Related Matters on the Special 301 List*. Diakses 10 November 2017 dari: [iipa.com](http://iipa.com).
- Ismail, Muhammad Ilham. *Inilah 7 Situs Raksasa E-Commerce di Dunia*. Diakses 10 November 2017 dari: [resellerlaris.id](http://resellerlaris.id).
- Jack Ma: Mantan Pemandu Wisata, sang Pemilik Alibaba. Diakses 10 November 2017 dari: [squline.com](http://squline.com).
- Ketentuan Special 301 Menjadi Acuan USTR dalam Penegakan HaKI. Diakses 10 November 2017 dari: [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com).
- Margared. (2009). *Upaya Amerika Serikat dalam mengatasi masalah pelanggaran hak cipta produk Amerika Serikat oleh China periode 2001-2007*, (Tesis Program Pascasarjana Hubungan Internasional, Universitas Indonesia, 2009). Diakses 10 November 2017 dari: [lib.ui.ac.id](http://lib.ui.ac.id).
- McGregor, Lyndsay. *Judge Dismisses Racketeering Charges in Alibaba Counterfeit Case*. Diakses 10 November 2017 dari: [sourcingjournal.com](http://sourcingjournal.com).
- Ng. Yoyo. *What is the Latest Alibaba Group's News – How to be a Part of it*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.dragonsocial.net](http://www.dragonsocial.net).
- Nico, Robin. *10 Perusahaan E-Commerce Terbaik, Sukses dan Paling Eksis di Dunia Tahun 2016*. Diakses 10 November 2017 dari: [ngasih.com](http://ngasih.com).
- Nuttall, Chris. (2006). *Ebay to shut down its China site*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ft.com](http://www.ft.com).
- NRP. (2017). *Ternyata Kasus Penipuan di E-Commerce Amerika Juga Besar*. Diakses 10 November 2017 dari: [batas.id](http://batas.id).
- Obama Bahas Ekonomi dan Kebijakan Luar Negeri. Diakses 10 November 2017 dari: [www.voaindonesia.com](http://www.voaindonesia.com).
- Online Payment in China - Statistics & Facts*. Diakses 10 November 2017 dari: [statista.com](http://statista.com).
- Our Businesses*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.alibabagroup.com](http://www.alibabagroup.com).

People Daily. *“China Becomes World’s Largest Online Retail Market”*. Diakses 7 April 2017 dari: [english.peopledaily.com.cn](http://english.peopledaily.com.cn).

Praja, Fanny Kurnia Abdi. Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Diakses 10 November 2017 dari: [www.duniadosen.com](http://www.duniadosen.com).

Pratiwi, Fuji. Unit Bisnis Alibaba Kembali Masuk Daftar Hitam di AS. Diakses 10 November 2017 dari: [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id).

Prastyo, Brian. *Priority Watch List*. Diakses 10 November 2017 dari: [staff.blog.ui.ac.id](http://staff.blog.ui.ac.id)

*Retail e-commerce sales in the United States from 1st quarter 2009 to 4th quarter 2017 (in million U.S. dollars)*. Diakses 10 November 2017 dari: [statista.com](http://statista.com).

Rey, Jason Del. (2014). *Alibaba Owns 40 Percent of ShopRunner, the Company That Wants to Take on Amazon*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.recode.net](http://www.recode.net).

Sejarah Perkembangan Internet. Diakses 10 November 2017 dari: [www.mrteknonet.net](http://www.mrteknonet.net).

Suokas, Janne. (2016). *China is the world’s biggest producer of fake goods, OECD says*. Diakses 10 November 2017 dari: [gbtimes.com](http://gbtimes.com).

The Economist. *“The Great Leap Online”*. Diakses 7 April 2017 dari: [www.economist.com](http://www.economist.com).

USTR Announces Results of Special 301 Review of Notorious Markets. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

USTR Issues 2008 Special 301 Report. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

USTR. *Background on Special 301*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov).

USTR. *History of the United States Trade Representative*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov).

USTR. *Intellectual Property*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov).

USTR. *Overview of The Functional Responsibilities of Our Offices*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

USTR. (2009). *United States Wins WTO Dispute Over Deficiencies in China's Intellectual Property Rights Laws*. Diakses 10 November 2017 dari: [ustr.gov](http://ustr.gov).

U.S. Returns China's Taobao Shopping Website to Market Blacklist. Diakses 10 November 2017 dari: [fortune.com](http://fortune.com).

White House. *Open Government Initiative*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov).

WTO. *GATT trade rounds, Understanding the WTO*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.wto.org](http://www.wto.org).

WTO. *TRIPS: What are IPRS*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.wto.org](http://www.wto.org).

WTO. *Understanding the WTO: The Agreements*. Diakses 10 November 2017 dari: [www.wto.org](http://www.wto.org).