

PENERAPAN HUKUM TERHADAP HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM KONTRAK BISNIS ELEKTRONIK ATAS PEMEGANG HAK MEREK DAGANG**Salomo Damanik¹, Jinner Sidauruk²**^{1,2}Universitas HKBP Nommensen[¹](mailto:salomo.damanik@student.uhn.ac.id), [²](mailto:jannersidauruk@uhn.ac.id)

ABSTRACT; *One of the marketplace policies, which is one of the most popular types of e-commerce today, requires sellers to make agreements to protect intellectual property rights. However, in practice, violations such as the sale of counterfeit products still often occur on marketplace platforms, resulting in losses for brand rights holders. The purpose of this study is to find out more about this marketplace policy. The research on this manuscript uses normative literature research; four approaches are used: the statutory approach, the conceptual approach, the cyber law approach, and the comparative approach. The results of this study indicate that the marketplace is fully responsible for trademark infringement in e-commerce. However, the form of responsibility is only in the form of deleting the website of the online store that committed the violation. In terms of electronic business contracts made by the market will have binding legal force if they have met the terms of agreement, ability, certain objects, and legitimate reasons*

Keywords: *Legal Protection, Intellectual Property Rights, Contracts.*

ABSTRAK; Salah satu kebijakan marketplace yang merupakan salah satu jenis perdagangan elektronik yang paling populer saat ini, mewajibkan penjual untuk membuat perjanjian untuk melindungi hak kekayaan intelektual. Namun, dalam praktiknya, pelanggaran seperti penjualan produk palsu masih sering terjadi di platform marketplace, yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang hak merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut tentang kebijakan marketplace ini. Penelitian tentang naskah ini menggunakan penelitian normatif kepustakaan; empat pendekatan digunakan: pendekatan undang-undang, pendekatan konseptual, pendekatan cyber law, dan pendekatan perbandingan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa marketplace sepenuhnya bertanggung jawab atas pelanggaran merek dalam perdagangan elektronik. Namun, bentuk tanggung jawab tersebut hanya berupa menghapus situs web toko online yang melakukan pelanggaran. Dalam hal kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh pasar akan memiliki kekuatan hukum yang mengikat jika telah memenuhi syarat kesepakatan, kemampuan, objek tertentu, dan alasan yang sah.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Hak Kekayaan Intelektual, Kontrak.

PENDAHULUAN

Globalisasi memiliki dimensi tantangan dan peluang bagi Indonesia. Yang pertama adalah tantangan karena kenyataan saat ini dianggap tidak memadai untuk memungkinkan Indonesia berperan secara wajar dan memperoleh manfaat dari arus globalisasi. Yang kedua adalah peluang karena globalisasi memberikan kesempatan yang lebih besar bagi bangsa-bangsa untuk memperoleh berbagai keuntungan dari proses globalisasi, yang dapat menjadi tumpuan untuk mencapai kemakmuran global.

Berdasarkan kemajuan teknologi yang terus berkembang, globalisasi akan mendorong manusia untuk bergerak cepat mengikuti zaman. Internet adalah contoh kemajuan teknologi. Peningkatan intensitas, kapasitas, kemudahan mengakses, dan biaya yang semakin rendah telah mengubah cara orang menggunakannya dalam banyak bidang, seperti komunikasi, hiburan, dan pariwisata. Namun, dari sekian banyak tersebut, bidang perdagangan adalah yang mengalami transformasi paling signifikan dalam penggunaan media internet di masyarakat.

Gambar atau nama yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa tertentu di pasar disebut merek. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk yang dibuat oleh seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan produk yang dibuat oleh orang lain atau badan hukum lainnya. Sebagai alat promosi, merek dapat digunakan untuk mempromosikan produk dengan menyebutnya sebagai jaminan atas kualitas produk dan menunjukkan asal produk atau jasa. Objek atas merek adalah karya-karya seseorang yang berupa tanda, baik tulisan, gambar, atau kombinasi tulisan dan gambar yang dibuat dengan tujuan untuk membedakan produk yang sama dari yang lain. Setiap merek menunjukkan reputasi moral, material, dan komersial yang signifikan. Merek memainkan peran penting dalam pertumbuhan bisnis pedagang atau pengusaha terbaik bagi konsumen.

Pemerintah mulai memberlakukan hukum merek untuk melindungi pemilik merek dari orang lain yang ingin mendapatkan keuntungan yang tidak adil. Saat ini, Indonesia memiliki Undang-undang Merek terbaru, Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, yang ditetapkan pada tanggal 1 Agustus 2001 sebagai tanggapan atas ratifikasi Konvensi Pembentukan WTO. Undang-undang ini menggantikan Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, yang telah diubah oleh Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Namun, dengan masuknya teknologi internet ke dunia perdagangan, jual beli yang biasa dilakukan secara konvensional telah berubah menjadi transaksi yang dilakukan secara online,

yang dikenal sebagai perdagangan elektronik atau e-commerce. E-commerce memudahkan produsen dan konsumen karena transaksi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, dan membuka peluang bagi bisnis untuk mendirikan marketplace seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Belanja Online, dan Amazon. Kehadiran e-commerce tidak hanya memiliki manfaat tetapi juga memiliki efek negatif, seperti membuat pengawasan barang yang dijual menjadi tidak efektif. Akibatnya, kehadiran e-commerce berpotensi berfungsi sebagai pintu gerbang untuk pelanggaran kekayaan intelektual, khususnya pelanggaran merek.

Dengan perkembangan e-commerce, masalah barang palsu semakin kompleks. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa internet semakin mempermudah penjual yang menjual barang palsu secara anonim. Indonesia menduduki peringkat keempat tertinggi di dunia dalam konsumsi produk tiruan atau palsu, menurut data dari International Trademark Association (INTA). Banyak industri di seluruh dunia menghadapi masalah pelanggaran merek. Menurut laporan yang dibuat oleh International Trademark Association (INTA) dan International Chamber of Commerce (ICC), pemalsuan dan pembajakan diperkirakan akan menghasilkan nilai ekonomi global sebesar 2,3 triliun dolar pada tahun 2022.

Dalam perdagangan elektronik atau e-commerce, perlindungan merek sangat penting untuk melindungi pihak lain, seperti pemilik merek, dari kerugian akibat barang palsu. Dalam e-commerce, peran marketplace sebagai penyedia situs jual beli online sangat penting, dan salah satu kebijakannya adalah dengan mengadakan perjanjian dengan penjual atau seller, yang dikenal sebagai perjanjian marketplace.

Jika apa yang disepakati dalam suatu perjanjian berbeda dengan apa yang terjadi, kontrak elektronik seringkali tidak berfungsi dengan baik. Tidak adanya penjamin bahwa calon penjual membaca isi kontrak secara menyeluruh, sehingga calon penjual sering mengabaikan bagian-bagian tertentu. Akibatnya, mereka cenderung langsung menyetujui kontrak tanpa memahami isi sebenarnya. Jika Anda memperhatikan dengan cermat, hampir semua kontrak elektronik di pasar tertulis dengan jelas tentang barang apa yang harus dijual. Salah satu contohnya, "Penjual dilarang menjual barang-barang yang dilarang oleh hukum atau barang yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual." Namun, pernyataan tersebut sepertinya tidak diperhatikan, karena barang palsu masih banyak dijual secara bebas di pasar.

Pada dasarnya, penyelenggara sarana perantara, yaitu pasar, bertanggung jawab atas pelanggaran terhadap barang palsu yang dijual dalam perdagangan elektronik (e-commerce). Namun, kenyataannya tidak seperti yang diharapkan. Pada hakikatnya, hukum dibuat untuk

melindungi. Ini mirip dengan kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh pasar dengan pihak penjual atau seller, yang dibuat dengan tujuan untuk melindungi para pihak sehingga tidak ada yang dirugikan dan transaksi dapat berjalan dengan baik. Namun, karena perjanjian pasar atau kontrak bisnis elektronik tersebut tampaknya tidak efektif, pelanggaran merek terus terjadi di pasar, yang tentunya merugikan pemegang hak merek dagang. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah penelitian ini adalah tentang bagaimana pemegang hak merek dilindungi oleh Undang-Undang Merek Nomor 15 tahun 2001 dan bagaimana undang-undang tersebut diterapkan terhadap pelanggaran merek dalam transaksi perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia

METODE PENELITIAN

Penelitian yuridis normatif mengacu pada peraturan perundang-undangan dan penelitian sebelumnya tentang masalah. Penelitian ini melibatkan metode perundang-undangan, konseptual, cyber law, dan perbandingan. Penafsiran hukum digunakan untuk menganalisis bahan penelitian, yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan penelitian diperoleh dari studi dokumen, yang pada dasarnya dianalisis secara deskriptif kualitatif setelah dikumpulkan dan disusun dalam bentuk uraian logis dan sistematis. Selanjutnya, bahan tersebut dianalisis untuk menghasilkan kejelasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Oleh Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001

Salah satu perlindungan hukum yang dibutuhkan investor di dalam dan di luar negeri adalah perlindungan merek. Menurut penjelasan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, selain memenuhi ketentuan sebagaimana disebutkan dalam bagian pertama bab ini, permohonan untuk menggunakan Hak Prioritas harus disertai dengan bukti bahwa permohonan pendaftaran merek yang pertama kali menimbulkan hak prioritas tersebut telah diterima. Selain itu, bukti hak prioritas sebagaimana disebutkan pada ayat (1) harus diterjemahkan dalam bahasa Indonesia. Dalam hal ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, permohonan tersebut tetap diproses, namun tanpa menggunakan Hak Prioritas

Jika ketentuan yang disebutkan pada ayat (1) dan ayat (2) tidak dipenuhi, ketentuan tersebut harus dipenuhi dalam jangka waktu 3(tiga) bulan setelah berakhirnya hak untuk mengajukan permohonan menggunakan Hak Prioritas yang diatur dalam Pasal 11. Untuk mendapatkan

perlindungan hukum, merek harus memenuhi persyaratan yang diatur dalam Undang-undang Merek dan peraturan-peraturan lain yang mengatur merek. Karena hukum merek Indonesia menggunakan sistem "first to file", pendaftar pertama berhak atas merek. Merek dagang harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia untuk dilindungi oleh undang-undang, terutama undang-undang merek Indonesia. Setelah didaftarkan, pemilik merek akan menerima sertifikat merek sebagai bukti kepemilikan merek dagang tersebut.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk melindungi merek yang mereka gunakan dan menunjukkan bahwa merek tersebut telah didaftarkan dalam Daftar Umum Merek. Produsen lain tidak boleh menggunakan merek dengan tulisan atau gambar yang sama pada kemasannya karena hak eksklusif ini. Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, sengketa merek dapat diselesaikan melalui arbitrase, alternatif penyelesaian sengketa, atau litigasi.

Salah satu upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan adalah litigasi. Menurut Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang merek, ada empat jenis gugatan atas pelanggaran merek terdaftar, yaitu: gugatan untuk ganti rugi atau penghentian penggunaan merek yang dilanggar. Dalam hal ini, ganti rugi dapat berupa baik ganti rugi materiil maupun ganti rugi immateriil. Kerugian materiil adalah kerugian yang sebenarnya dan dapat diperhitungkan secara moneter, sedangkan ganti rugi immateriil adalah tuntutan ganti rugi yang disebabkan oleh penggunaan merek yang tidak sah.

Sengketa hak merek juga dapat diselesaikan di luar pengadilan, menggunakan arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Pasal 84 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mengizinkan kedua belah pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui arbitrase. Menurut UU Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, "Arbitrase adalah cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa."

Menurut Pasal 5 ayat (1), hanya sengketa di bidang perdagangan yang dapat diselesaikan melalui arbitrase, dan pihak yang bersengketa memiliki kendali penuh atas hak menurut hukum dan peraturan perundang-undangan. Perjanjian arbitrase dapat berupa perjanjian tertulis yang mencakup klausul arbitrase yang dibuat oleh para pihak sebelum timbul sengketa (*Pactum de compromittendo*) atau perjanjian arbitrase tersendiri yang dibuat oleh para pihak setelah timbul sengketa.

II. Penerapan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek dalam Transaksi Perdagangan Elektronik

Dalam mendapatkan hak atas merek, negara memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek

untuk menggunakan merek mereka sendiri dan memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya melalui perjanjian lisensi. Untuk mendapatkan hak ini, pemilik merek harus mendaftarkan merek mereka di pemerintah, yang memberikan perlindungan dan pengakuan kepada mereka.¹

Karena dunia industri dan perdagangan semakin berkembang, peran identifikasi produk industri dan barang dagangan semakin penting. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 2 menetapkan bahwa merek yang dilindungi terdiri dari tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum. Bab III undang-undang ini, yang terdiri dari Pasal 4 hingga 19, menjelaskan ketentuan dan prosedur untuk mendaftarkan merek baru. Pasal 100, 101 dan 102 dari undang-undang merek juga memberikan perlindungan kepada pemilik merek; ketiga pasal ini memberikan perlindungan kepada pemilik merek, tetapi undang-undang ini juga menganut delik aduan. Dengan demikian, merek yang sedang digunakan dapat dilindungi.

Pada era kemajuan teknologi saat ini, ketika perdagangan tidak lagi dilakukan secara konvensional tetapi juga secara elektronik, perlindungan merek dalam transaksi elektronik menjadi penting. Dalam hal perlindungan hak kekayaan intelektual merek, Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur transaksi perdagangan elektronik.² Pasal 25 UU ITE menjelaskan lebih lanjut tentang perlindungan hak kekayaan intelektual merek untuk informasi elektronik, dokumen elektronik, situs web, dan karya intelektual yang ada di dalamnya. Dalam e-commerce, merek adalah salah satu hak kekayaan intelektual yang dilindungi. Namun, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tidak menetapkan sanksi pidana dalam kasus di mana merek dipalsukan oleh perusahaan yang menjalankan transaksi elektronik, atau e-commerce.³

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Indonesia mengatur keperdataan terkait kontrak dan transaksi elektronik. Menurut Pasal 1 angka 17 UU ITE, "kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik." Dalam undang-undang ini, "sistem elektronik" adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang digunakan untuk mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan,

¹ Agung Sujatmiko, "Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek", Jurnal Media Hukum, Volume 18, Nomor 2, Desember 2011, h..177.

² Penjelasan pasal 25 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

³ Pasal 103 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.⁴ Dari pengertian di atas, jelas bahwa kontrak tertulis berbeda dengan kontrak elektronik karena yang pertama dapat dibuat melalui jaringan internet tanpa para pihak bertemu secara langsung.

Kontrak sangat penting bagi pihak yang terlibat dalam setiap kesepakatan. Salah satu dari banyak fungsi kontrak adalah sebagai berikut: itu berfungsi sebagai alat yang digunakan oleh pihak untuk menyatakan apa yang akan dilakukan secara tertulis sesuai dengan syarat-syarat perjanjian; itu berfungsi sebagai pengontrol bagi kedua belah pihak untuk menentukan apakah telah terjadi prestasi atau wanprestasi; dan itu juga merupakan bukti yang dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan untuk mengajukan suaka.⁵

Dalam suatu kontrak, kesepakatan dimulai dengan tanda tangan masing-masing pihak. Tanda tangan ini memastikan bahwa masing-masing pihak dalam kontrak memahami dan menyetujui isi yang tertulis di dalamnya. Ini menunjukkan bahwa tanda tangan pada kontrak atau perjanjian dilakukan secara langsung, di mana kedua pihak harus membaca, memahami, dan menandatangani kontrak pada kertas perjanjian. Menurut UU ITE, tanda tangan elektronik memiliki arti yang berbeda dalam kontrak elektronik. Menurut pasal 1 angka 12, "tanda tangan elektronik merupakan tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang di lekatkan, terasosiasi atau terkait dengan informasi elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi." Pada dasarnya, tanda tangan elektronik adalah metode untuk memberikan kesamaan fungsi dan karakteristik tanda tangan tertulis (basah) yang dapat digunakan di lingkungan elektronik. Data dalam bentuk elektronik yang diletakkan, terasosiasi, atau terkait dengan informasi elektronik memungkinkan untuk mengidentifikasi penanda tangan dan menunjukkan persetujuan penanda tangan atas informasi elektronik tersebut. Ini dikenal sebagai tanda tangan elektronik. Dengan kata lain, tanda tangan elektronik melakukan fungsi verifikasi dan autentikasi.⁶

Menurut pasal 11 ayat 1 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, tanda tangan elektronik sah jika: data pembuatan tanda tangan elektronik hanya terkait dengan penanda tangan; data pembuatan tanda tangan elektronik dibuat selama proses penandatanganan elektronik; dan setiap perubahan pada tanda tangan elektronik setelah penandatanganan dilakukan. Jika informasi dan dokumen elektronik digunakan oleh sistem elektronik yang sudah disertifikasi sebagaimana diatur dalam UU ITE, kontrak elektronik dapat

⁴ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁵ Iga Bagus Prasadha, I Gede Yusa, "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata", Jurnal Kertha Semaya, Volume 8, Nomor 5, 2020, h..691.

⁶ Josua Sitompul, Cyberspace, Cybercrime dan Cyberlaw, Jakarta: Tatanusa, 2012, h..95.

dianggap sah. Namun, undang-undang ini hanya berbicara tentang penulisan kontrak secara fisik, hanya menekankan validitas informasi data dan dokumen. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Indonesia, kontrak elektronik masih dianggap sebagai bentuk perjanjian. Pasal 1313 Kode Hukum Perdata hanya mendefinisikan perjanjian sebagai suatu tindakan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih; itu tidak menetapkan bahwa perjanjian harus dibuat secara tertulis.

Dengan mempertimbangkan definisi ini, kontrak elektronik dapat dianggap sebagai bentuk perjanjian yang memenuhi persyaratan Pasal 1313 KUH Perdata. Oleh karena itu, ketika berbicara tentang keabsahan kontrak elektronik, kita juga harus mempertimbangkan pasal 1320 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa kontrak hanya dapat dianggap sah dan mengikat jika memenuhi syarat-syarat sah perjanjian. Dalam hal konsekuensi hukum dari kontrak elektronik yang tidak sah, konsekuensi hukumnya adalah sebagai berikut: Jika syarat subyektif Pasal 1320 BW, yaitu syarat kesepakatan dan kemampuan para pihak dalam kontrak, tidak dipenuhi, salah satu pihak dapat meminta perjanjian atau kontrak tersebut dibatalkan. Namun, jika para pihak tidak keberatan, perjanjian atau kontrak tersebut tetap dianggap sah.

Berdasarkan analisis di atas, kontrak elektronik yang digunakan dalam bisnis perdagangan elektronik dapat dianggap sah dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selama kontrak elektronik memenuhi semua persyaratan yang disebutkan dalam Pasal 1320 Kode Hukum Perdata dan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang tersebut.

III. Pengaturan Hukum Yang Seharusnya Terkait Peredaran Barang Di Perdagangan Elektronik (E-Commerce) Di Indonesia

Transaksi perdagangan elektronik dianggap sebagai metode baru yang lebih efisien dan banyak menawarkan kemudahan saat melakukan transaksi jual beli. Namun, dalam perdagangan selalu ada barang yang menjadi objek transaksi. Jika kita berbicara tentang barang, kita memiliki hubungan yang erat dengan Hak Kekayaan Intelektual dan merek. Peraturan yang mengatur transaksi perdagangan elektronik selalu menyertakan aturan Hak Kekayaan Intelektual karena seringnya terjadi kecurangan dalam perdagangan elektronik.⁷ Munculnya kesalahan ini pasti akan membuat pemilik merek dirugikan dan menimbulkan masalah hukum dalam transaksi perdagangan elektronik.

⁷ Suparman, "Urgensi Regulasi Komprehensif E-Commerce di Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)", Jurnal Mercatoria, Volume 8, Nomor 1, Juni 2015, h..81.

Selain UU Perdagangan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah undang-undang yang mengatur transaksi perdagangan elektronik di Indonesia. Ketiganya digunakan sebagai referensi untuk aktivitas perdagangan elektronik di Indonesia. Jika diperhatikan, regulasi perdagangan elektronik di Indonesia sudah cukup memadai, meskipun undang-undangnya relatif baru, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang baru dibuat pada tahun 2008 dan Undang-Undang tentang perdagangan melalui sistem elektronik yang baru dibuat pada tahun 2019.

Dalam kegiatan perdagangan elektronik, peraturan hukum ini tidak serta-merta menyelesaikan masalah. Diharapkan bahwa Indonesia dapat menetapkan aturan khusus untuk transaksi perdagangan elektronik karena kemajuan teknologi yang begitu pesat. Aturan ini harus mempertimbangkan bukan hanya perilaku konsumen tetapi juga barang yang ditransaksikan. Dalam peraturan perdagangan elektronik Indonesia, aturan Hak Kekayaan Intelektual hampir selalu tercantum. Namun, karena tidak ada sanksi yang diberlakukan untuk pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual dalam transaksi perdagangan elektronik, aturan ini dianggap tidak kuat. Perdagangan elektronik saat ini sebagian besar dilakukan oleh marketplace atau penyedia sarana perantara. Marketplace sendiri memainkan peran penting dalam kegiatan perdagangan elektronik. Menurut PP No.80 Tahun 2019, marketplace bertanggung jawab atas konten informasi yang ada di websitenya, tetapi sampai saat ini belum ada peraturan yang jelas tentang marketplace ini. Selain itu, apabila tidak ada lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi pasar, kemungkinan terjadi pelanggaran akan meningkat.

Berkaitan dengan hal tersebut, kebijakan tentang transaksi perdagangan elektronik di Singapura jauh lebih matang, seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa pemerintah telah mempersiapkan diri untuk menerapkan kebijakan teknologi sejak tahun 1980-an. UU ITE Singapura mengatur transaksi elektronik selain perlindungan hak cipta intelektual (HKI), alat bukti transaksi, pengaturan konten, masalah pajak, dan prosedur ekspor impor. Sebagai lembaga pengawasan perdagangan elektronik, Casetrust memiliki kemampuan untuk melindungi konsumen dan Hak Kekayaan Intelektual. Ini berdampak positif pada pertumbuhan transaksi perdagangan elektronik di Singapura, karena telah menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan elektronik yang aman.⁸

Perdagangan elektronik Indonesia telah berkembang dengan cepat, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan empat puluh persen setiap tahunnya. Dengan mempertimbangkan kondisi yang ada,

⁸ Diky Paryadi, "Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia dan Negara-Negara ASEAN", Jurnal Era Hukum, Nomor 2, 2016, h..309

sangat mungkin industri perdagangan elektronik akan menjadi bagian penting dari ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah harus membantu industri ini dengan membuat kebijakan yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan perdagangan elektronik, termasuk tata cara penggunaan teknologi dan aspek pengawasan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, khususnya Pasal 3, yang mengatur pemberian hak eksklusif oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek terhadap produk makanan, undang-undang ini masih belum efektif dalam melindungi merek. Orang-orang yang memiliki sertifikat merek mengatakan bahwa mereka lebih tenang untuk melanjutkan bisnis mereka. Mereka juga merasa lebih mudah untuk membuktikan bahwa mereka memiliki merek yang mereka gunakan, sehingga mereka tidak perlu khawatir jika seseorang menggugat merek mereka. Karena itu, mereka dapat menggunakan sertifikat merek sebagai sarana untuk menggugat perusahaan lain yang tanpa izin memproduksi dan menjual barang dengan merek yang sama, sehingga merugikan pelanggan yang sudah langganan. Sertifikat merek menunjukkan bahwa merek tersebut terdaftar dalam Daftar Umum Merek.

Karena Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur perlindungan merek dalam perdagangan elektronik, kontrak elektronik yang digunakan dalam perdagangan elektronik dapat dianggap sah dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak fisik, asalkan memenuhi syarat-syarat sah perjanjian yang ditetapkan dalam hukum perdata.

Jika pelanggaran merek terjadi dalam perdagangan elektronik di marketplace, marketplace hanya bertanggung jawab untuk menghapus situs web toko online tersebut tanpa memblokirnya. Untuk melindungi merek dalam transaksi perdagangan elektronik, kontrak elektronik yang dibuat oleh pasar akan memiliki kekuatan hukum jika memenuhi syarat kesepakatan, kemampuan, objek yang spesifik, dan alasan yang sah. Untuk membuat perdagangan elektronik lebih aman dan nyaman dan melindungi Hak Kekayaan Intelektual, lembaga pengawasan barang harus menjadi fokus pengaturan ke depan terkait peredaran barang dalam perdagangan elektronik

DAFTAR PUSTAKA

- Deky Paryadi, Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia dan Negara-Negara ASEAN, Jurnal Era Hukum, Nomor 2, 2016.
- Iga Bagus Prasadha Sidhi Nugraha, Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Jurnal Kertha Semaya, Volume 8, Nomor 5, 2020. M.rasyid, Yunial Laily, Sri Handayani.
- Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Dalam Era Perdagangan Bebas Di Indonesia, Jurnal: Simbur Cahaya, Volume 24, Mei 2017 Rahman Syawal Rusman, Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang
- Hak Merek Dalam Perdagangan Elektronik Di Marketplace (Platform), National Conference on Law Studies (NCOLS), Volume 2, Nomor 1, 2020. Suparman, Urgensi Regulasi Komprehensif E-Commerce di Indonesia
- Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Jurnal Mercatoria, Volume 8, Nomor 1, Juni 2015. Undang- Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik