

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman sangatlah terasa pada masa sekarang ini. Manusia tadinya harus melakukan aktivitas secara manual, kini sudah dapat melakukan semuanya dengan bantuan berbagai macam alat elektronik dan media internet.<sup>1</sup> Perkembangan zaman dapat dilihat dan dirasakan berdasarkan perkembangan teknologi yang ada dan dapat dirasakan di berbagai Negara yang ada di dunia, termasuk Indonesia.

Perkembangan teknologi membawa dampak positif dan negatif bagi manusia, dampak positifnya adalah manusia mendapatkan berbagai macam kemudahan dengan bantuan teknologi. Dengan adanya alat transportasi, manusia tidak perlu lagi menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk menempuh suatu perjalanan. Sedangkan salah satu dampak negatif dari perkembangan zaman adalah terciptanya gaya hidup yang cenderung sendentari.<sup>2</sup>

Salah satu perkembangan yang aktual dan memperoleh perhatian di Indonesia adalah jual beli melalui media elektronik, hal ini karena dianggap lebih memudahkan manusia dalam melakukan jual beli, dapat

---

<sup>1</sup> Muhamad Ngafifi, 2014, Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi* Volume 2, No 1, hlm 34.

<sup>2</sup>Winarsi Damopolii dkk. 2013. Hubungan Konsumsi Fastfood Dengan Kejadian Obesitas Pada Anak SD Di Kota Manado. *Ejournal Keperawatan (E-Kp)* Volume 1. No 1, hlm 2.

melakukan pemesanan dari mana saja dan tidak memerlukan tenaga dan waktu untuk melakukan transaksi. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan meningkat secara pesat dan bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal.<sup>3</sup>

Dalam pengalaman banyak orang yang pernah melakukan transaksi melalui *online shopping*, terdapat kejadian yang merugikan konsumen dimana barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan pesanan atau bahkan barang yang dipesan tidak pernah sampai ke tangan pembeli, meskipun proses pembayaran sudah dilakukan.<sup>4</sup> Fenomena ini seringkali dikaitkan dengan penipuan atau praktik yang tidak jujur dalam perdagangan *online*.

Salah satu contoh yang sering terjadi adalah penjualan barang-barang palsu secara *online*. Barang-barang palsu ini mencakup berbagai merek terkenal seperti sepatu Adidas palsu, tas Hermes palsu, dan berbagai produk fashion dan elektronik lainnya. Penjual yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan platform *online* untuk menawarkan barang-barang palsu dengan harga yang menarik, mengecoh konsumen yang tidak curiga, dan pada akhirnya merugikan konsumen serta merusak citra merek yang asli.

---

<sup>3</sup>Sutedi Adrian, 2009, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Jakarta: Sinar Grafika, hlm 89.

<sup>4</sup>Ni Kadek Darmayanti, Yuwono, 2014, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Online di Indonesia", *Kertha Semaya*, Vol. 02, No. 02, Februari 2014, hal. 2, Nama Situs: ojs.unud.ac.id, URL: <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/8269/6169>, diakses 8 Mei 2023

Dalam perkembangan zaman yang semakin canggih tentunya harus dibarengi dengan perlindungan hukum yang seimbang, salah satunya adalah perlindungan hukum terhadap Merek. Merek yang merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu image, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Berdasarkan Pasal 1 Butir (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis : Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga mengatur mengenai perlindungan konsumen. Pasal 49 ayat (1) dari peraturan tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha yang menjual produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ayat berikutnya menegaskan bahwa pelaku usaha juga harus memberikan kejelasan mengenai penawaran kontrak atau iklan.

Dalam situasi di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan, Peraturan Pemerintah tersebut juga mengatur

mengenai hal tersebut. Pasal 49 ayat (3) menyatakan bahwa pelaku usaha harus memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim jika tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain itu, jika barang yang diterima tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan dalam iklan toko *online*, konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha secara perdata dengan mengklaim adanya wanprestasi dalam transaksi jual beli yang dilakukan dengan penjual.

Pada dasarnya sebuah merek memiliki persyaratan untuk didaftarkan. Sistem administrasi merek begitu penting karena hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan oleh Pemerintah atau Negara kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut atau memberi izin pihak lain untuk menggunakannya.

Tujuan pemakaian merek adalah untuk memberikan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu atau kualitas barang yang diperdagangkan. Suatu merek pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk dan dapat melindungi baik konsumen maupun produsen dari kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik.

Merek memiliki nilai yang strategis dan penting baik bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen, merek selain untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain yang sejenis, juga dimaksudkan untuk membangun citra perusahaan dalam pemasaran untuk mendapatkan

keuntungan lebih besar dari merek yang mereka kembangkan. Bagi konsumen, merek selain mempermudah pengidentifikasian juga menjadi simbol harga diri.

Dimasa sekarang ini banyak pelaku usaha yang memanfaatkan ketenaran merek dagang milik orang lain dengan cara menduplikat/menjiplak logo, desain dan tulisan merek dagang tersebut dengan biaya yang lebih rendah lalu memperjualbelikan barang jiplakan itu asli dengan harga yang asli. Tindakan peniruan merek ini tentunya memiliki efek yang sangat besar bagi pemilik merek dan juga kepuasan konsumen

Problematika hukum yang muncul dalam perlindungan hak merek dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam platform *marketplace*, memang menjadi isu yang kompleks. Hal ini terkait dengan luasnya wilayah transaksi *e-commerce* yang melintasi batas-batas transaksi konvensional dan pengaruh teknologi informasi dalam memfasilitasi perdagangan tersebut.

Meskipun Undang-Undang Merek sudah mengatur perlindungan terhadap pemilik merek terdaftar, tetapi dalam kenyataannya masih sering ditemukan adanya persamaan, kemiripan, peniruan, atau pemalsuan antarmerek tanpa izin dari pemiliknya. Penyebaran produk-produk yang melanggar merek ini terjadi terutama melalui platform *e-commerce*, seperti *marketplace*.

Salah satu alasan mengapa permasalahan ini sering muncul di platform *e-commerce* adalah karena tingginya jumlah penjual yang terdaftar di *market place* tersebut. Platform *e-commerce* yang memungkinkan banyak pedagang untuk menjual produk mereka membuat sulitnya pengawasan terhadap setiap transaksi yang terjadi. Sebagai akibatnya, produk-produk palsu atau melanggar merek dapat dengan mudah beredar di platform tersebut.

Selain itu, transaksi *e-commerce* juga melibatkan wilayah yang melintasi batas-batas negara, sehingga muncul tantangan dalam hal yurisdiksi dan penegakan hukum. Terkadang, sulit untuk menentukan hukum yang berlaku dan lembaga yang bertanggung jawab dalam menangani pelanggaran hak merek di tingkat internasional.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan kerjasama antara pemerintah, *platform e-commerce*, dan pemilik merek. Pemerintah perlu meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran hak merek di *platform e-commerce*. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat regulasi, meningkatkan sistem verifikasi untuk pedagang, dan menerapkan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran hak merek.

Platform *e-commerce* juga memiliki peran penting dalam mengatasi permasalahan ini. Mereka perlu meningkatkan sistem pengawasan internal, memberikan pelatihan kepada penjual tentang pentingnya hak merek, dan memberikan mekanisme pelaporan yang efektif bagi pemilik merek yang mengalami pelanggaran.

Perlindungan hukum yang efektif sangat penting untuk memastikan pemegang hak merek dapat melindungi kepentingan ekonomi dan reputasi merek mereka. Perlindungan hukum yang kuat memberikan pemegang hak merek kepastian dan kepercayaan dalam melindungi merek dari penggunaan yang tidak sah atau penyalahgunaan oleh pihak lain.

Dengan adanya perlindungan hukum yang efektif, pemegang hak merek dapat mengambil tindakan hukum terhadap pelanggaran merek yang terjadi, seperti penjualan barang tiruan secara *online*. Ini membantu dalam menjaga integritas merek dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik meneliti tentang **“Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara *Online*”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah platform jual beli *online* dapat dimintai pertanggung jawaban oleh pemilik merek terhadap penjualan barang tiruan atau palsu?
2. Bagaimana tanggung jawab marketplace/platform jual beli *online* terhadap penjualan barang tiruan atau palsu di platform mereka?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian tugas akhir ini, Tujuan Penelitian antara lain:

1. Mengkaji dan memahami pengaturan hukum tentang perlindungan hukum hak atas merek terhadap barang tiruan yang diperjual belikan secara *online*.
2. Mengkaji dan memahami mekanisme tanggung jawab hukum oleh *marketplace* terhadap penjualan barang tiruan atau palsu.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian pada Tugas Akhir ini dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis:

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu hukum, terutama dalam bidang perlindungan hukum hak atas merek terhadap barang tiruan yang diperjualbelikan secara *online*. Penelitian ini juga berpotensi untuk memperbarui pemahaman hukum nasional secara umum dan meningkatkan perlindungan hukum bagi pemilik merek di dalam tata hukum Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kepentingan akademis, memperkaya literatur hukum, dan memperluas pemahaman tentang hubungan antara hukum merek dan perkembangan teknologi dalam konteks penjualan barang tiruan secara *online*.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pihak berwenang dan penegak hukum dalam pengawasan kepemilikan dan penggunaan merek dagang serta aktivitas penjualan barang tiruan secara *online* di Indonesia. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang perlindungan hukum hak atas merek dalam konteks penjualan barang tiruan secara *online*, serta memberikan landasan untuk pengembangan kebijakan dan upaya penegakan hukum yang efektif guna melindungi hak pemilik merek dalam lingkungan perdagangan daring.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Proposal penulisan hukum dengan judul **“Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara *Online*”** bukan plagiasi dari penelitian orang lain dan merupakan karya asli penulis. Ada beberapa penelitian atau skripsi dengan tema yang sama namun dengan permasalahan yang berbeda. Sebagai pembanding ada tiga skripsi sebagai berikut:

1. Disusun oleh : Nike Ardila

NPM : 1416123395

Instansi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam)

Rumusan masalah :

- a. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap hak merek dagang menurut Undang Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016?

- b. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap perlindungan hak merek dagang?
- c. Apa saja perbedaan dan persamaan antara perlindungan hukum terhadap hak merek dagang menurut hukum positif dan hukum Islam?

Hasil Penelitian:

Hasil penelitiannya adalah bahwa baik dalam hukum positif maupun hukum Islam, pemalsuan merek merupakan perbuatan yang dilarang. Di hukum positif, merek dianggap sebagai Hak Kekayaan Intelektual yang dilindungi secara hukum, dan pelanggaran merek dapat dikenakan sanksi pidana berupa penjara dan denda. Pemerintah juga telah melakukan sosialisasi mengenai pentingnya Hak Kekayaan Intelektual dan merek. Dalam Islam, pemalsuan merek dianggap sebagai perbuatan haram, dan hukumannya dapat mencakup potong tangan karena dianggap sebagai bentuk pencurian. Fatwa MUI juga menganggap pemalsuan merek termasuk dalam Hak Kekayaan Intelektual dan melarang tindakan tersebut. Perbedaan antara hukum positif dan hukum Islam terletak pada batas hukuman yang diatur secara jelas dalam undang-undang, sedangkan dalam hukum Islam tidak dijelaskan secara spesifik mengenai batas masa hukuman dan denda bagi pelanggar.

2. Disusun oleh : Wahyu Adi Widagdo

NPM : 8111413169

Instansi : Universitas Negeri Semarang

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Pemalsuan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Studi Kasus Pemalsuan Merek *Eiger* Di Kota Semarang).

Rumusan masalah :

- a. Bagaimana perlindungan pemegang hak atas merek EIGER terhadap pemalsuan merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Kota Semarang ?
- b. Bagaimana upaya pemerintah dalam penyelesaian permasalahan pelanggaran merek EIGER terhadap pemalsuan merek di Kota Semarang ?

Hasil Penelitian :

Hasil penelitiannya adalah bahwa dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek *EIGER* terkait pemalsuan merek di Kota Semarang masih belum efektif. Hal ini disebabkan karena pemilik merek belum melaporkan ke pihak berwenang, seperti Kepolisian Daerah Jawa Tengah dan Polrestabes Semarang, mengenai penyalahgunaan merek palsu tersebut. Meskipun sudah ada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan sanksi pidana yang tegas, namun masih terdapat kendala dalam perlindungan merek EIGER, antara lain faktor pemerintah, faktor undang-undang, dan faktor masyarakat dan budaya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya kesadaran hukum dari pemilik

merek untuk melaporkan pelanggaran merek tersebut kepada pihak yang berwenang.

3. Disusun oleh : Theo Reberu

NPM : 312016107

Instansi : Universitas Kristen Satya Wacana

Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Palsu Dalam Perdagangan *Online* (*E- Commerce*)

Rumusan masalah :

- a. Bagaimana hukum dalam perlindungan konsumen terhadap penjualan barang palsu oleh pelaku usaha di dalam pasar *online* (*E-commerce*)?

Hasil Penelitian :

Hasil penelitiannya adalah bahwa dalam kasus perdagangan barang palsu secara *online*, pihak yang dirugikan dapat menempuh jalur hukum baik melalui gugatan perdata untuk mendapatkan ganti rugi di Pengadilan Negeri, maupun jalur hukum pidana berdasarkan pasal-pasal yang tercantum dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Konsumen harus diberikan perlindungan khusus untuk menghindari kerugian dari praktik penipuan dalam transaksi *online*. Transaksi *online* harus dilakukan dengan itikad baik dan jika terjadi masalah, konsumen dapat menggunakan UUPK sebagai sarana untuk melindungi hak-haknya. Peraturan perlindungan konsumen masih perlu diperbaiki dan diperkaya untuk melindungi semua pihak, mengingat perkembangan ilmu pengetahuan yang pesat dan potensi kerugian yang dapat terjadi.

## F. Batasan Konsep

1. Pengertian perlindungan hukum adalah Segala daya upaya yang dilakukan secara sadar oleh setiap orang maupun lembaga pemerintah, swasta yang bertujuan mengusahakan pengamanan, penguasaan dan pemenuhan kesejahteraan hidup sesuai dengan hak - hak asasi yang ada sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.
2. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>5</sup>
3. Jual Beli Online diatur berdasarkan pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sah perjanjian yang berisi adanya kesepakatan kedua belah pihak, adanya kecakapan bertindak, adanya objek perjanjian serta adanya causa yang halal.<sup>6</sup>
4. *Secondary Liability* atau Tanggung Jawab Sekunder apat ditetapkan di bawah dua doktrin yang berbeda, yaitu, pelanggaran kontributif dan pertanggungjawaban perwakilan (*vicarious liability*). Pernyataan klasik

---

<sup>5</sup>Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>6</sup>Triantika, N. A., Marwenny, E., & Hasbi, M, 2020, Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdata. *Ensiklopedia Social Review*, 2(2), hlm.119.

mengenai pelanggaran kontribusi menegaskan bahwa "siapa pun yang, dengan dengan pengetahuan tentang kegiatan yang melanggar, mendorong, menyebabkan atau secara material berkontribusi pada perilaku yang melanggar dari orang lain, dapat lain, dapat dimintai pertanggungjawaban sebagai 'pelanggar yang berkontribusi'.<sup>7</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yuridis normatif. Penelitian hukum normatif melibatkan proses untuk mengidentifikasi peraturan hukum, prinsip-prinsip hukum, dan doktrin hukum sebagai upaya dalam menjawab permasalahan hukum yang muncul.<sup>8</sup>

### 2. Sumber data

Dalam bidang penelitian hukum, terdapat dua kategori data yang diperlukan. Yang pertama adalah data primer, sedangkan yang kedua adalah data sekunder.

#### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah materi hukum yang memiliki otoritas, artinya berasal dari tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang.<sup>9</sup> Bahan hukum primer dapat berupa:

---

<sup>7</sup>Miquel Peguera, 2011, "Secondary Liability for Copyright Infringement in the Web 2.0 Environment: Some Reflections on *Viacom v. YouTube*", *Journal of International Commercial Law and Technology*, Vol 6, Issue 1, hlm. 20.

<sup>8</sup>Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana, hlm 35.

<sup>9</sup>Mukti Fajar & Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm 157.

undang-undang, peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, dan dokumen hukum primer terkait perlindungan hukum hak atas merek dan penjualan barang tiruan secara *online*. Peraturan yang dipakai oleh penulis adalah:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945)
- 2) Buku III KUHPerdata
- 3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek)
- 4) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 5) PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dapat berupa :

- 1) Buku-buku Hukum dan ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
- 2) Jurnal-jurnal Hukum dan sosial yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
- 3) Hasil Penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

4) Makalah-makalah, artikel-artikel, dan karya tulis yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

5) Internet yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Studi Kepustakaan

Seperti yang diungkapkan oleh Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, dalam penelitian hukum normatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap berbagai jenis bahan hukum, termasuk bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.<sup>10</sup>

#### b. Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan dalam penelitian yang melibatkan penelaahan terhadap hasil pengolahan data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau pemaparan mengenai subjek dan objek penelitian berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis.<sup>11</sup> Selain itu, penulis juga menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode analisis yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis maupun lisan, serta melibatkan pengamatan terhadap perilaku yang nyata. Dalam

---

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm 160.

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm 183.