

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam konteks penjualan barang melanggar merek dalam platform e-commerce, terdapat hubungan hukum yang berkaitan antara pelaku usaha yang menjual barang tiruan dan pemilik merek. platform jual beli *online* Penjualan barang yang melanggar merek dapat dianggap sebagai tindakan yang dapat dituntut pertanggungjawaban.

Kemudian berdasarkan pada Pasal 15 ayat (3) UU ITE yang memuat ketentuan yang membebaskan tanggung jawab hukum terhadap penyelenggara sistem elektronik atas kesalahan yang dilakukan pengguna. Dengan demikian penyedia platform marketplace tidak dapat dimintai pertanggungjawaban hukum terhadap beredarnya barang yang melanggar merek yang diunggah oleh User platform dalam situs marketplace nya.

B. Saran

1. Dalam rangka meningkatkan perlindungan hukum terhadap hak merek dalam penjualan barang melalui e-commerce, perlu adanya perbaikan dan penyempurnaan peraturan perundang-undangan yang mengatur hal

tersebut. Peraturan ini harus mencakup aspek tanggung jawab pelaku usaha yang menjual barang melanggar merek, serta kewajiban penyedia platform dalam mencegah dan menghapus konten yang melanggar hak merek. Penting untuk menciptakan kejelasan dan kepastian hukum yang diperlukan untuk mengatur interaksi antara pelaku usaha, pemilik merek, dan penyedia platform.

2. Peningkatan kesadaran dan edukasi terkait perlindungan hak merek dalam konteks e-commerce sangat penting. Pemilik merek, pelaku usaha, dan konsumen perlu diberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya melindungi hak merek, dampak negatif dari barang tiruan, serta konsekuensi hukum yang mungkin timbul. Dengan meningkatkan pemahaman ini, diharapkan akan terjadi penurunan permintaan dan penjualan barang tiruan secara online. Selain itu, kesadaran yang lebih tinggi juga dapat mendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam melakukan transaksi online, meminimalkan risiko pembelian barang tiruan yang merugikan pemilik merek dan konsumen itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Astarini, D. R. S. (2013). Penghapusan Merek Terdaftar. Jakarta: Alumni.
- Creation, B. (n.d.). Jenis-Jenis E-commerce. Diakses pada 30 Mei 2023, dari https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/575/jbptunikompp-gdl-widyahardh-28737-9-unikom_w-i.pdf
- Darmayanti, N. K., Yuwono. (2014). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Online di Indonesia. *Kertha Semaya*, 02(02), 2. Diakses 8 Mei 2023, dari <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/8269/6169>
- Destiani, Z., Zainudin, A., & Manan, A. (2019). Pengaruh Penjualan Hijab Syar'i Secara Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Kendari (Studi Kasus pada Toko Busana Hijab 'Emmy Hijabku'). *Jurnal Of Economic and Business*, 1(1), 4.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (1997). Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fajar, M., & Achmad, Y. (2010). Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Fockema Andreae, S. J. (1951). *Rechtsgeleerd Handwoordenboek* (2nd ed.). Groningen: J.B. Wolters Uitgeversmaatschappij N.V.
- Kansil, C. S. T. (1989). *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kbbi.web.id. (n.d.). Merek. Diakses dari <https://kbbi.web.id/merek.html>
- Kenton, W. (n.d.). Secondary Liability. Diakses pada 8 Mei 2023, dari <https://www.investopedia.com/terms/s/secondary-liability.asp>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 13. Erlangga Jakarta.
- Marzuki, P. M. (2010). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, A. (2004). *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 34.
- Nugroho, F. E. (2016). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 7(2), 718.
- Pala'langan, D. (2017). Tanggung Gugat Perusahaan Penerbangan Terhadap Kehilangan Barang Bagasi Penumpang. *Lex et Societatis*, 5(3), 93.

- Peguera, M. (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*, 6(1), 20.
- Pradnyani, N. N. A. R. (2005). *Tanggung Jawab Hukum dalam Penolakan Pasien Jaminan Kesehatan Nasional*. Scopindo Media Pustaka.
- Projodikoro, W. (1991). *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*. Sumur, Bandung.
- Rahardjo, S. (2000). *Ilmu Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti Bandung.
- Rusman, R. S. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Hak Merek dalam Perdagangan Elektronik di Marketplace (Platform). Dalam *Proceeding: Call for Paper 2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era*. NCOLS.
- Subekti, R., & Tjitrosudibio, R. (2016). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sutedi, A. (2009). *Hak atas kekayaan intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Usman, R. (n.d.). *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*. Bandung: Alumni.
- Winarsi, D., Damopolii, W., et al. (2013). Hubungan Konsumsi Fastfood Dengan Kejadian Obesitas Pada Anak SD Di Kota Manado. *Ejournal Keperawatan (E-Kp)*, 1(1), 2.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.