

PELANGGARAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BERUPA MEREK YANG
DILAKUKAN PELAKU USAHA MELALUI TRANSAKSI ELEKTRONIK E-
COMMERCE
*INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS INFRINGEMENT THROUGH TRADEMARKS
COMMITTED BY BUSINESS ACTORS IN ELECTRONIC COMMERCE
TRANSACTIONS*

Nabilah Fairuz Rhamadani

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet yang sangat cepat telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai bidang kehidupan, terutama dalam aktivitas perdagangan yang kini semakin bergeser ke arah transaksi digital atau e-commerce. Meskipun e-commerce menawarkan keunggulan dalam efisiensi dan aksesibilitas, di sisi lain juga memunculkan tantangan baru dalam ranah hukum, khususnya mengenai pelanggaran hak kekayaan intelektual berupa merek dagang. Hasil kajian menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap merek dagang dalam e-commerce masih sering terjadi. Perlindungan hukum terhadap merek yang sah sangat dibutuhkan untuk mencegah penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berwenang. Penegakan hukum terhadap pelanggaran tersebut dapat ditempuh melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, baik secara pidana maupun perdata.

Kata Kunci: e-commerce, hak kekayaan intelektual, pelanggaran merek

ABSTRACT

The rapid development of internet technology has significantly impacted various aspects of life, particularly in the field of commerce, which has increasingly shifted toward digital transactions or e-commerce. While e-commerce offers advantages in terms of efficiency and accessibility, it also brings new legal challenges, especially concerning violations of intellectual property rights in the form of trademark infringement. This research adopts a normative juridical approach with a descriptive-analytical method to examine the effectiveness of legal protection for trademark use in digital-based transactions. The research data were obtained through literature studies, covering relevant statutory regulations and legal theories. The findings indicate that trademark violations in e-commerce still frequently occur. Legal protection for registered trademarks is essential to prevent unauthorized misuse by irresponsible parties. Law enforcement efforts may be pursued through litigation or non-litigation avenues, in both criminal and civil frameworks.

Keywords: e-commerce, intellectual property rights, trademark infringement

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet ialah salah satu dari bentuk kemajuan dari adanya teknologi. Berkembangnya secara pesat dari internet, serta kapasitas yang meningkat, dan kemudahan aksesnya, dan biaya yang lebih rendah maka berdampak pada perubahan yang cepat dalam penggunaan di berbagai bidang yang ada, termasuk pariwisata, hiburan, hubungan komunikasi, perdagangan dan lain-lain. Dari berbagai bidang tersebut perubahan paling cepat dan jelas dalam penggunaan internet oleh seluruh khalayak, khususnya ialah dalam perihal penjualan atau perdagangan. Istilah transaksi elektronik merujuk pada transaksi online yang kini dikenal dengan istilah “e-commerce” karena menjamurnya teknologi internet di sektor komersial.

Pengertian dari e-commerce adalah sekumpulan dari aplikasi, teknologi, serta proses dari usaha yang mana menjadi penghubung dari perusahaan yang menyelenggarakan perdagangan itu sendiri dengan konsumen. Dalam industri perdagangan, perdagangan secara elektronik atau e-commerce dianggap sangat efisien untuk transaksi bisnis dan jangkauannya yang lebih luas untuk pengenalan dan pemasaran produk. Dibandingkan dengan transaksi secara tradisional yang mana segala sesuatu pelaksanaannya dengan menggunakan dokumen berbasis kertas, bagi pelaku-pelaku usaha hal tersebut dirasa sangat menguntungkan. Dapat dikatakan transaksi secara tradisional, ialah paper based transaction secara istilahnya. Jika adanya sengketa di antara para pihak, maka dari itu berkas atau dokumen berbasis kertas tersebut yang menjadi bukti oleh tiap-tiap pihak guna posisinya lebih kuat dalam hal secara hukum. Dan sedangkan dalam transaksi e-commerce konsepnya berbeda. Transaksi pada ecommerce dapat diistilahkan dengan paperless transaction. Yakni memakai dokumen yang merupakan bukan dokumen berbasis kertas, namun memakai dokumen berbasis digital.

Dengan metode e-commerce ini terkait bukti sedikit bermasalah. Karena bukti yang berbasis ini susah untuk dipastikan terkait dengan keaslian atau keotentikannya. Kesulitan tersebut disebabkan karena mudahnya dirubah ataupun dihilangkan keabsahannya. Hal tersebut berdampak timbulnya permasalahan baru. Dengan adanya e-commerce ini tidak hanya menjadi sebagai pintu gerbang terjadinya pelanggaran terkait kekayaan secara intelektual, khususnya pelanggaran terhadap merek, tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif dan negatif, salah satunya pengawasan yang tidak efektif terkait barang yang dijual. Karena internet telah memudahkan penjual untuk menjual barang palsu secara anonim, masalah barang yang tidak asli menjadi semakin membingungkan seiring dengan adanya

perdagangan secara elektronik, e-commerce yang berkembang ini. Menurut data yang telah ada yakni di Indonesia adalah konsumen barang palsu terbanyak keempat. Pelanggaran merek dagang adalah masalah global yang mempengaruhi banyak industri dari semua ukuran.

Berdasarkan hal tersebut terdapat adanya permasalahan yang timbul, maka diperlukan adanya peraturan perundang-undangan terkait dengan kekayaan intelektual yang dijadikan sebagai pedoman dalam bisnis transaksi berbasis e-commerce. Hal ini bertujuan guna memberikan perlindungan kepada para pebisnis terkait dengan hak atas ide yang telah berhasil dikembangkan, yakni seperti nama, merek, foto, desain, perangkat lunak, teks. Untuk melindungi pihak lain seperti pemilik merek, dari pemalsuan, maka dalam hal ini merek yang ada di perdagangan secara elektronik atau dianggap penting.

Pada hakekatnya pelanggaran kepada barang tidak asli atau imitasi yang tersebar dalam perdagangan e-commerce menjadi tanggung jawab perantara penyelenggara fasilitas yaitu market place. Tetapi pada faktanya yang terjadi, hal-hal tidak berlaku sesuai. Merek yang tidak terkenal memanfaatkan produk atau merek terkenal, karena berbagai alasan. Salah satu alasannya adalah produk tersebut tidak repot dengan manajemen internal yang mendaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), yang akan menelan biaya yang tidak sedikit untuk menaikkan nama produk. Dari permasalahan-permasalahan yang ada diperlukan solusi-solusi penyelesaian inovatif untuk menghadapi membludaknya pelanggaran merek dalam e-commerce ini. Di Indonesia masih ditemui banyak sekali pihak-pihak yang tidak memiliki tanggung jawab sehingga permasalahan ini banyak ditemui dan semakin merambat kemana-mana. Merek yang dibangun secara bertahap oleh pemilik dengan ide-idenya yang tidak sembarangan dengan begitu saja dijiplak atau diambil. Hal tersebut telah bertentangan dengan hukum dan etika. Maka pada penelitian ini diambil judul yaitu “PELANGGARAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BERUPA MEREK YANG DILAKUKAN PELAKU USAHA MELALUI TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE)”.

Dari latar belakang yang ada, bisa dirumuskan terkait masalah yang penting yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep dan prinsip e-commerce dalam kaitannya dengan perlindungan hukum terhadap merek dagang yang terdaftar?
2. Bagaimana penerapan hukum terhadap pelanggaran merek dagang dalam transaksi e-commerce serta upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek terdaftar?

B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Konsep dan Prinsip E-Commerce

Peraturan informasi serta transaksi elektronik diatur dalam UU No 19 Tahun 2016. Dalam hal ini e-commerce juga diatur oleh peraturan tersebut. Pengakuan dokumen elektronik atau dalam sistem elektronik diatur dalam ketentuan pada Pasal 1 ayat 4 dan 5. Di ketentuan pasal tersebut telah dijelaskan tentang pengertian dokumen elektronik dan sistem elektronik. Tergantung pada kompleksitas transaksi, beberapa pihak terlibat pada transaksi e-commerce. Baik itu secara langsung ataupun tidak. Khususnya, apakah transaksi diselesaikan seluruhnya secara online atau hanya sebagian secara online.

Menurut para tokoh atau ahli, pihak-pihak yang ada pada kontrak dagang elektronik yakni dapat diklasifikasikan menjadi dua:

- a. Yang menyediakan jasa internet (Internet Service Provider/ISP)
- b. Pengembang, yakni pelaku usaha yang membuat e kontrak dengan langsung ke ISP

Hukum kontrak diatur oleh asas-asas dasar hukum perdata, yang juga diatur oleh hukum kontrak. Pada e-commerce, transaksi jual beli biasanya disebut sebagai perjanjian jual beli, yang merupakan perjanjian timbal balik. Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli ialah suatu perikatan penyerahan suatu barang dimana salah satu pihak berjanji untuk menyerahkan suatu barang kemudian pihak yang lain membayar suatu barang dengan harga yang dijanjikan. Yang berarti mengatur syarat-syarat yang mengikat para pihak pada transaksi e-commerce. Hal itu tertuang dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 18 (1).

Apabila informasi atau dokumen menggunakan sistem elektronik yang telah disertifikasi sesuai dengan ketentuan yang ada atau UU ITE, maka kontrak dianggap elektronik. Namun, sayangnya, undang-undang tersebut hanya menekankan pada data dan informasi dokumen yang benar dalam hal penulisan kontrak fisik. Keabsahan kontrak elektronik dalam KUH Perdata masih menjadi perdebatan karena aspek hukumnya belum sepenuhnya dipahami atau diterima secara menyeluruh. Namun, dalam kajian mengenai perjanjian, keberadaan biaya atau unsur materi tidak selalu menjadi faktor utama dalam menentukan sahnyanya suatu perjanjian. Jika kontrak elektronik memenuhi syarat yang ditetapkan dalam hukum perjanjian, maka kontrak tersebut tetap dianggap sah. Oleh karena itu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) bukan satu-satunya dasar hukum yang menentukan keabsahan

kontrak elektronik, karena dapat pula dinilai berdasarkan prinsip-prinsip dalam KUH Perdata dan aturan hukum lainnya.

Dan dalam hal perjanjian elektronik dianggap tidak sah dan akan menimbulkan akibat hukum, yaitu apabila para pihak tidak memenuhi syarat-syarat subyektif yang digariskan dalam Pasal 1320 BW, yaitu syarat-syarat persetujuan atau persetujuan dan kelengkapan atau kompetensi dalam perjanjian, maka salah satu pihak dapat meminta agar perjanjian atau kontrak dibatalkan. Namun, jika tidak ada pihak yang mengajukan keberatan, kontrak atau perjanjian tersebut akan tetap dianggap sah. Sebaliknya, akad atau perjanjian akan batal demi hukum apabila tidak ada pihak yang memenuhi syarat-syarat objektif yang digariskan dalam Pasal 1320 BW, yang meliputi adanya alasan halal dan syarat-syarat tertentu. Artinya, diasumsikan tidak ada yang dibeli sejak awal perjanjian dan tidak pernah ada yang dibeli.

Perjanjian elektronik dapat dianggap penting dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan hukum jika telah memenuhi semua persyaratan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Umum dan pelaksanaannya sesuai dengan pengaturan dalam Peraturan Nomor 19 Tahun 2016 tentang Transaksi dan Informasi Elektronik. Alhasil, kontrak elektronik ini dapat melindungi pihak lain yang merasa dirugikan jika salah satunya melanggar hak atau kewajibannya.

2. Pengertian dan Konsep Merek sebagai Kekayaan Intelektual

Kekayaan intelektual tergolong pada hak kebendaan immateriil yang mana hasil pemikiran dan daya cipta manusia sebagai dasarnya. Kekayaan intelektual memiliki banyak jenis. Salah satu jenis dari kekayaan intelektual yaitu merek. Merek merupakan identik dengan karakter dan identitas dari suatu produk yang diperdagangkan. Pasal 1 angka 1 UU MIG memberikan definisi hukum tentang Merek. Merek adalah tanda yang dapat dilihat dalam kehidupan nyata, seperti nama, gambar, suara, angka, logo, skema warna, bentuk dalam dua dimensi, atau bentuk dalam tiga dimensi.

Dalam hal ini merek adalah bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang terutama berkaitan dengan perdagangan dan berfokus pada barang yang sedang dikembangkan dan digunakan untuk meningkatkan kondisi ekonomi. Hak khusus atau (eksklusif) yang dimiliki suatu bangsa dan digunakan oleh warga negaranya adalah yang dimaksud dengan istilah “hak atas merek”. Oleh karena itu, rakyat bangsa itu dapat menggunakan hak tersebut untuk mengakses orang yang bersangkutan dan dapat pula menggunakan hak tersebut untuk membantu orang yang bersangkutan mengakses surat izin yang bersangkutan. Untuk

melaksanakan hak tersebut, warga masyarakat wajib mewakili dirinya kepada pemerintah, yang juga memuat rencana perlindungan dan pengakuan yang dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Jika hal tersebut tidak dilaksanakan, maka terdapat konsekuensi. Konsekuensinya yakni tidak ada perlindungan kepada merek. Dan merek tersebut bisa digunakan oleh siapapun.

Salah satu roh atau jiwa produk adalah mereknya. Ini dengan alasan bahwa Merek adalah tanda pemisah yang menggambarkan suatu barang serta administrasi. Selain itu, merek memiliki tujuan sebagai alat untuk mengkristalkan penilaian konsumen. Alhasil, merek tersebut mampu secara efektif menarik pelanggan dan mengikat mereka untuk menggunakan produk merek tersebut secara konsisten. Selain itu, merek hadir dengan jaminan reputasi yang dibangun oleh pabrik dan jaminan kualitas produk. Masuk akal bahwa merek adalah salah satu komponen terpenting dalam dunia perdagangan untuk berbagai fungsi yang dijalankannya sebagai penyedia barang atau jasa. Yang dimaksud adalah perdagangan barang secara fisik atau elektronik. Karena barang tersebut tidak terlihat dan tidak dapat dijangkau dengan tangan, maka tidak dapat menentukan kualitas dan kuantitas produk yang dicari melalui perdagangan elektronik atau e-commerce. Akibatnya, pelanggan dalam e-commerce sering mengandalkan kualitas dan jaminan yang diberikan oleh merek terkenal.

Atas dasar ini, penting untuk mengenali dan menjamin perlindungan merek dagang sebagai salah satu jenis hak milik Intelektualitas. Dalam hal perlindungan merek dagang, Pemerintah Republik Indonesia telah bergabung dalam kesepakatan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), yakni perjanjian pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia, terkait perjanjian tentang perlindungan hak kekayaan intelektual, di mana menetapkan syarat-syarat merek dagang. Oleh karena itu, Indonesia memerlukan regulasi nasional Aspek merek.

Merek dagang sebagai jenis hak kekayaan intelektual yang berlaku sistem hak pribadi, di mana seseorang memiliki hak atas kebebasan maka tiap pebisnis diharapkan untuk mendaftarkan karya intelektualnya. Bahkan lebih seseorang bebas untuk menikmati dan menggunakan hak miliknya sepanjang tidak melanggar standar, tidak merugikan kepentingan secara terbuka tanpa melanggar hukum. Dalam undang-undang merek dagang saat ini, disebutkan bahwa produk yang pertama mendaftarkan merek dagang, lalu terbukti, maka pemilik memiliki hak atas merek, sistem ini dikenal sebagai deposan pertama atau sistem konstituen. Tujuan dibuatnya sistem ini adalah untuk menjamin kepastian hukum. Aplikasi

merek dagang ini harus dilakukan dengan itikad baik. Dalam sistem ini ada pesan proses merek dagang, yang dirancang untuk menciptakan peluang. Mereka yang tertarik dengan pendaftaran mereka mengajukan keberatan.

3. Pendaftaran Merek Secara Yuridis

Bab tiga UU No. 20 Tahun 2016 menjabarkan dengan tepat pengaturan dan tata cara pendaftaran merek. Hal itu dapat dilihat pada pasal 4 sampai dengan pasal 19. Peraturan Merek tersebut juga memasukkan pengaturan jaminan, yaitu pasal 100, pasal 101 dan pasal 102, dalam tiga pasal yang memuat jaminan hukum bagi pemilik merek. Namun, berdasarkan undang-undang ini, pelanggaran ditangani jika pengaduan diajukan. Oleh karena itu, tidak ada perlindungan yang akan diberikan meskipun pemilik merek dagang tidak menyatakan pelanggaran. Setelah diajukan atau pendaftaran kemudian akan dijamin Undang-undang yang melindungi merek dagang, terkait hal tersebut dikenal sebagai eksklusivitas. Maka akan dibenarkan hak pemilik dan pemilik merek untuk memiliki hak eksklusif untuk menggunakan, dan menggunakan merek tersebut untuk kegiatan komersialnya. Oleh karena itu mendaftarkan merek ialah suatu hal penting dalam upaya hukum preventif mencegah pihak lain dari tanggung jawab dan itikad buruk untuk pelanggaran merek dagang. Hak khusus ini menerapkan prinsip “monopoli” dalam materi. Artinya penggunaan merek dibatasi oleh pemilik merek dagang yang sah. Pihak lain tidak diperbolehkan untuk menggunakan merek dagang jika ia belum memperoleh otorisasi hak merek dari pemilik merek terkait. Jika terjadi penyalahgunaan merek dagang oleh pihak lain tanpa minta izin dulu, ini bisa disebut pelanggaran merek dagang dan akan dikenakan sanksi sesuai peraturan. peraturan saat ini.

4. Pelanggaran Merek Dagang

Di Indonesia perlindungan hukum atas hak merek kekayaan intelektual diterapkan untuk jangka waktu tertentu berdasarkan pendaftaran yang terdapat sertifikatnya. Oleh karena itu, jika seseorang ingin mengambil keuntungan finansial dari merek seseorang, itu harus dilisensikan bentuk tertulis dari pemilik merek dagang. Penjelasan dimaksudkan agar dia bisa menghindari pemalsuan atau memperoleh hak kekayaan intelektual, yang mana semuanya bertentangan dengan hukum.

Merek yang memiliki reputasi dan nilai tinggi sering dioperasikan oleh pihak yang tidak tanggung jawab, dan melanggar merek dagang milik salah satu pihak untuk keuntungan pribadi. Hal ini disebut pelanggaran merek dagang. Pelanggaran merek dagang merupakan

perbuatan yang sering dilakukan oleh produsen produk, yang mana memperdagangkan dengan cara produksi barang termasuk merek dagang terkenal dan dikenal masyarakat. Merek dagang pada produk tersebut bukan haknya. Karena hal itu tentu saja, pebisnis komersial juga mendapat untung besar tanpa menghabiskan waktu, tenaga, dan sumber daya untuk membangun reputasi dari mereknya dalam menyajikannya kepada publik. Pelanggaran merek dagang dapat ditempuh dengan upaya hukum perdata dan pidana.

Secara umum, sesuai pada tujuan hukum dari pengaturan merek, pelanggaran dari merek tersebut diklasifikasikan dalam berbagai bentuk, yaitu:

- A. Kebingungan kepemilikan, yang mungkin melibatkan sumber terkait, sponsor, akrual, atau hubungan, dapat diakibatkan oleh pelanggaran.
- B. Produk palsu membawa merek yang hampir tidak bisa dibedakan, yang memang diperlukan guna memulihkan 3x total kerusakan sebenarnya, sebagaimana diizinkan oleh hukum pidana dan peraturan.
- C. Dibandingkan dengan menipiskan atau mengurangi atau mengecilkan kekuatan merek terkenal karena identifikasi mereka untuk membedakan barang atau jasa, karena kesamaan yang bersaing atau membingungkan.

Bentuk pelanggaran merek dagang yang umum dan mudah dideteksi Indonesia yakni memalsukan merek oleh pelaku komersial yang menyediakan makanan ringan yang diperbaharui. Makanan dikemas ulang dalam plastik bening dan ditawarkan dalam jumlah berat yang bervariasi mulai dari 300 , 5000 gram, sampai 1 kg. Pemasaran makanan ringan yang dikemas ulang ini ditemukan dan dijual secara luas di toko-toko offline atau melalui e-commerce di website toko online (e-commerce). Dibandingkan dengan produk makanan yang diproduksi oleh produsen pemilik merek asli, harga snack repackaged ditentukan oleh pelanggar berbisnis melalui e-commerce relatif lebih murah hingga 3 kali lipat. Makanan ringan Cemilan yang ditujukan untuk menjadi cemilan favorit orang dewasa atau anak-anak sebagai jajanan dengan kemasan dan branding yang berbeda dengan merek dengan pengemasan ulang dengan plastik bening dan tipis. Kemudian selembar kertas cetak dimasukkan ke dalam paket dengan brand, dari brand snack ternama. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku komersial yang menjual makanan ringan kemasan ulang, dalam hal pelanggaran merek dagang untuk pelanggaran merek, yaitu kesetaraan merek pada umumnya. Artinya pelaku komersial meniru beberapa atau bahkan semua unsur merek dagang terdaftar lainnya, seperti nama, kata, bentuk, warna atau gabungan dari unsur merek makanan ringan

terkenal. Dengan kata lain, jika tanda yang digunakan menggambarkan kesamaan keseluruhan unsur-unsurnya dengan merek dagang terdaftar lainnya maka kita dapat mengatakan bahwa ini adalah merek dagang yang identik, selain itu digunakan untuk produk serupa yang sebelumnya dilindungi. Merek identik dan produk identik atau identitas ganda, tindakan dimungkinkan dianggap pelanggaran merek dagang atau (palsu).

5. Penerapan Hukum Bagi Pelanggar Hak Merek Yang Terdaftar

Penerapan hukum bagi pengusaha yang melanggar hak merek terdaftar yakni dapat dikenakannya sanksi. Sanksi pidana seperti denda, penjara dan kemungkinan hukuman tambahan, setelah pengeluaran putusan atas pelanggaran hak merek dagang. Menurut UU No. 20 Tahun 2016 (UU MIG) Sengketa pelanggaran merek dapat diselesaikan di luar pengadilan (*Non Litigasi*) atau melalui pengadilan (*Litigasi*).

1. Di luar pengadilan (*Non Litigasi*)

Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) mengatur penyelesaian sengketa. Para pihak dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan melalui alternatif penyelesaian sengketa (APS) dan Pengaduan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Teknik yang dapat diambil oleh tanya jawab adalah Diskusi, Penegasan, Wawancara, Intervensi, dan Penilaian.

2. Melalui Pengadilan (litigasi)

Untuk pemilik merek yang melakukan Perdagangan kemudian hak mereknya dilanggar oleh entitas komersial transaksi elektronik, maka selain tuntutan hukum perdata, subjek komersial (pemilik merek dagang) dapat menempuh proses pidana. Hal itu diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor XVIII Bab XVIII, pengaturan tentang sanksi, Pasal 100 sampai dengan Pasal 103 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG)

6. Upaya Pemilik Merek Terhadap Pelanggaran Merek Dalam E-Commerce

Tindakan hukum diberlakukan pemilik dari merek dagang, jika atas produknya terdapat merek dagang lain menyamakan atau memalsukan. Selain itu, produk ini menjadi umum, menunjukkan kualitas merek dan berpotensi mempengaruhi opini konsumen. Sehingga pemilik merek dapat menuntut pelaku. Perdagangan elektronik sebenarnya sama dengan pelanggaran merek dagang dalam bisnis biasa. Namun, hubungan antara UU No. 19 Tahun 2016 dengan transaksi dan informasi elektronik ada perbedaannya. Dalam transaksi

elektronik, komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya digunakan untuk mengeksekusi dokumen hukum.

Langkah-langkah berikut dapat diambil oleh pemilik untuk mengambil tindakan hukum:

- a. Pemilik merek mengajukan keluhan dan bekerja sama dengan Badan Bea Cukai untuk menyelesaikannya.

Upaya ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dalam perdagangan global, memperlancar peredaran barang, serta meningkatkan efisiensi pengawasan terhadap arus barang yang keluar dan masuk wilayah pabean Indonesia, termasuk pergerakan kargo tertentu. Selain itu, guna mengoptimalkan pencegahan dan penindakan terhadap penyelundupan, aturan kepabeanan telah diatur dalam Undang-Undang No. 17 Tahun 2006 yang disesuaikan dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan.

- b. Pemilik merek mengajukan permohonan sementara kepada Pengadilan Niaga.

Pengajuan permohonan harus dilakukan secara tertulis kepada Pengadilan Niaga, sebagaimana diatur dalam Pasal 95 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Untuk menangani perkara ini, pemohon wajib memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam regulasi tersebut. Panitera Pengadilan Niaga bertanggung jawab mencatat perkara dan menyerahkannya kepada Ketua Pengadilan Niaga dalam waktu maksimal 24 jam. Selanjutnya, seorang hakim akan ditunjuk untuk meninjau permohonan penetapan sementara. Hakim yang menangani perkara harus memberikan keputusan mengenai penerimaan atau penolakan permohonan dalam jangka waktu paling lama dua hari sejak ditunjuk. Jika permohonan dikabulkan, hakim akan mengeluarkan putusan awal untuk melaksanakan penetapan sementara.

- c. Pemilik merek mengajukan gugatan perdata

Pemilik merek yang merasa mereknya telah disalahgunakan, baik dalam bentuk pengenceran, peniruan, maupun pemalsuan, berhak mengajukan gugatan. Namun, untuk diterima di Pengadilan Niaga, gugatan tersebut harus didukung dengan bukti yang kuat. Sesuai dengan ketentuan Pasal 83 UU No. 19 Tahun 2016, gugatan perdata yang diajukan ke Pengadilan Niaga hanya dapat mencakup dua tuntutan utama:

1. Permintaan ganti rugi atau kompensasi keuangan sebagai pengganti kerugian yang ditimbulkan, yang nilainya biasanya dihitung berdasarkan potensi pendapatan yang hilang akibat pelanggaran.
2. Larangan bagi pihak lain untuk menggunakan merek tersebut tanpa izin.

Agar tuntutan ganti rugi dapat dikabulkan, penggugat harus membuktikan bahwa ia benar-benar mengalami kerugian akibat perbuatan tergugat. Kompensasi ini bertujuan untuk mengembalikan kondisi penggugat seperti sebelum terjadi pelanggaran. Bentuk kerugian yang bisa dialami pemilik merek meliputi:

1. Hilangnya peluang memperoleh keuntungan, misalnya kesempatan untuk melisensikan merek dagang.
2. Melemahnya posisi dalam persaingan pasar.
3. Pengeluaran tambahan yang harus dikeluarkan untuk mempertahankan hak eksklusif atas merek.

Untuk menghindari dampak yang lebih besar, seperti hilangnya reputasi, meningkatnya biaya, atau kendala dalam pendaftaran hak merek, pemilik merek dapat mengajukan permohonan kepada Ajudikator agar menghentikan produksi, distribusi, atau penggunaan merek yang dilakukan tanpa izin. Hal ini telah diatur dalam Pasal 84 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, apabila terdapat ketidakpuasan terhadap putusan Pengadilan Niaga, pihak yang bersangkutan berhak mengajukan kasasi.

d. Pemilik merek dapat menuntut tuntutan pidana.

Dengan mengajukan pengaduan kepada polisi tentang pelanggaran tersebut, pemilik merek mungkin dapat meminta pertanggungjawaban pihak lain atas tindakan kriminalnya. Jika ada laporan, polisi akan melakukan penyelidikan. Hal ini sesuai Pasal 99 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG).

Penyidik Pegawai Negeri Sipil memberikan informasi kepada penyidik Polri mengenai awal mula penyidikan serta temuan penyidikan. Hasil penyidikan yang telah dilakukan pegawai disampaikan kepada penuntut umum melalui penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia, dengan pemberitahuan pengaduan. Pihak PPNS menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui penyidik dari Kepolisian Negara Republik Indonesia. Penuntut Umum kemudian akan melanjutkan pemeriksaan perkara di pengadilan serta pemeriksaan terkait alat bukti atau barang bukti sesuai dengan ketentuan KUHAP atau Berita Acara Pidana dan dilanjutkan dengan penuntutan. Pelaku pelanggaran merek dagang dapat dikenakan denda dan penjara jika terbukti bersalah.

C. Kesimpulan

E-commerce tertuang dalam UU No. 19 Tahun 2016 yang mana telah dijelaskan tentang pengertian dokumen elektronik dan sistem elektronika yang diatur dengan ketentuan dalam Pasal 1 ayat 4 dan 5. Pada kompleksitas transaksi, beberapa pihak terlibat dalam transaksi e-commerce, baik secara langsung maupun tidak langsung. Transaksi diselesaikan seluruhnya secara online atau hanya sebagian secara online, mulai dari proses awal hingga pembayaran akhir. Transaksi berupa jual beli pada e-commerce mengatur terkait hukum perjanjian, serta yang menjadi pondasi atau mengaturnya yakni asas-asas hukum.

Kekayaan intelektual tergolong dalam hak kebendaan immateriil dimana hasil pemikiran serta daya cipta manusia sebagai dasarnya. Kekayaan intelektual terdapat banyak jenisnya. Salah satu dari jenis kekayaan intelektual yaitu berupa merek. Merek ialah identik pada karakter serta identitas suatu barang yang diperdagangkan. Penggunaan dari merek dibatasi. Yakni hanya oleh pemilik merek dagang yang sah terdaftar. Pihak-pihak lain tidak diperbolehkan dalam hal menggunakan merek dagang apabila pihak lain itu dari pemilik merek asli belum memperoleh otorisasi. Apabila terjadi penyalahgunaan terhadap merek dagang oleh pihak lain tanpa adanya meminta izin terlebih dulu, bisa disebut pelanggaran merek dagang dan akan dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan. Merek yang mana memiliki reputasi baik dan nilai tinggi sering disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, serta melanggar merek dagang milik dari salah satu pihak untuk keuntungannya sendiri atau pribadi.

Penerapan hukum untuk pengusaha yang telah melanggar hak merek yang sudah terdaftar yakni dapat dikenakannya sanksi. Sanksi pidana itu seperti denda, penjara serta kemungkinan adanya hukuman tambahan, setelah putusan atas pelanggaran hak merek dagang telah keluar. Menurut ketentuan dari UU MIG Sengketa terkait pelanggaran merek bisa diselesaikan secara *non litigasi* atau melalui *litigasi*. Dalam hal ini pemilik merek juga dapat mengambil tindakan hukum seperti pengajuan gugatan perdata, tuntutan pidana, pengajuan permohonan ke Pengadilan Niaga, dan pengajuan keluhan dengan kerja sama oleh bea cukai.