

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MEREK DAN KONSUMEN TERHADAP BARANG TIRUAN DI *E-COMMERCE*

Nanda Pramudya Pangestu¹, Bimo Satrio Wibowo², Muhammad Arrullah Safriawan³,
Muhammad Asmar Aqilah⁴, Noviyanto⁵

E-mail: nanda2000024054@webmail.uad.ac.id¹, bimo2000024002@webmail.uad.ac.id²,
muhammad2000024077@webmail.uad.ac.id³, muhammad2000024040@webmail.uad.ac.id⁴,
noviyanto2000024001@webmail.uad.ac.id⁵

Fakultas Hukum, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

Korespondensi penulis: : nanda2000024054@webmail.uad.ac.id

Abstract

Correct and accurate information is very necessary for businesses regarding respecting the rights of buyers. An item for consumer rights, purchased elsewhere for resale is certified to be non-genuine, having passed the store's originality check. The discovery of the buyer's purchases at different outlets turned out to be fake, and the goods purchased by the buyer were missed when the store checked for authenticity. Respecting consumer rights is very important for business owners in providing information about the accuracy of goods and services, therefore, this problem is resolved by the rules in Law No. 8 of 1999 concerning the purpose of protecting buyers. The purpose of this research is a form of buyer protection in e-commerce as well as looking for a way out of accountability for shop owners to their buyers. The method regarding this research is its use in this journal is a descriptive qualitative method with a literature study. Regarding the results of this study, there are regulations regarding the sale of goods in e-commerce with a certain brand because it has been protected by HKI. Sellers e-commerce and consumers are required to be wiser when selling and buying goods.

Keywords: *E-Commerce, Counterfeit Goods, Consumer Rights, Legal Protection*

Abstrak

Informasi yang benar dan akurat sangat diperlukan bagi bisnis mengenai hal menghormati hak pada pembeli. Suatu barang untuk hak-hak konsumen, dibeli di tempat lain untuk dijual kembali disertifikasi untuk menjadi tidak asli, melewati pemeriksaan orisinalitas toko. Penemuan pembelian pembeli di gerai yang beda ternyata palsu, serta barang yang terbeli oleh pembeli terlewatkan saat toko memeriksa keasliannya. Menghormati hak-hak konsumen sangat penting mengenai pemilik usaha dalam memberikan sebuah informasi tentang keakuratan barang dan jasa, oleh karena itu, persoalan tersebut diatasi dengan aturan pada Undang-undang yang ada dalam Nomor 8 Tahun 1999 mengenai tujuan memproteksi terhadap pembeli. Maksud dari penelitian ini adalah suatu bentuk mengenai perlindungan pembeli di *e-commerce* serta mencari jalan keluar pertanggungjawaban pemilik toko terhadap pembelinya. Metode mengenai penelitian ini penggunaannya dalam jurnal ini adalah metode kualitatif dengan sifatnya yang berbentuk deskriptif menggunakan studi pustaka. Mengenai suatu hasil dari penelitian ini terdapat peraturan yang mengingatkan mengenai penjualan barang di *e-commerce* dengan merek tertentu karena telah dilindungi HAKI. Para penjual *e-commerce* dan konsumen dituntut untuk lebih bijak saat menjual dan membeli barang.

Kata Kunci: *E-Commerce, Barang Tiruan, Hak Konsumen, Perlindungan Hukum*

Received Mei 07, 2022; Revised Juni 2, 2022; Accepted Juni 27, 2022

* Nanda Pramudya Pangestu, e-mail nanda2000024054@webmail.uad.ac.id

PENDAHULUAN

Merek merupakan suatu bagian yang penting dalam HAKI bagi penggunaan pada merek dengan barang dan produk dalam memproduksi serta bisa peningkatan dalam menggunakan periklanan dan juga pemasaran. Maka dengan ini publik sering menggunakan *e-commerce* ini menjadi sebuah yang memiliki kualitas ataupun reputasi ini sebagai barang yang sangat berharga yang juga sangat penting bagi suatu komersial yang juga membantu dengan munculnya suatu merek, serta juga dapat membuat harga dan juga dapat meningkatkan suatu nilai produk menjadi bernilai.

Era globalisasi masyarakat sangat bergantung terhadap aplikasi *e-commerce*, baik dari usia remaja hingga dewasa atau orang tua sudah dapat menggunakan aplikasi *e-commerce* dan hal tersebut sangat memudahkan masyarakat umum dalam melakukan transaksi jual beli. Tetapi suatu kepunyaan pada merek ini dalam bentuk logo, gambar ataupun hal yang menyamai, sangat memungkinkan menimbulkan permasalahan pada kemudian hari nanti bila dari pada pemilik nya ini atas kepemilikan merek, yang tidak didaftarkannya pada logo guna dapat baik itu hak pada merek serta juga pada hak ciptanya juga.

Hal tersebut memungkinkannya terjadi pada suatu logo yang telah mendaftarkan pada suatu merek yang sementara juga adanya orang lainnya yang mendaftarkan untuk mendapatkan hak kepemilikannya. Hal tersebut ditekankan dalam Merek dagang dan indikasi geografis diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis No. 20 Tahun 2016 dalam era global sekarang ini. Sebagai pengusaha yang masih mikro ini seharusnya mulai tersadar dalam menamai usaha mereka, tetapi malah belum menyadari akan pendaftarannya pada Dirjen HAKI yang membuat suatu kewenangan sehingga hal yang mengandung suatu masalah di masa depan terhadap produk usahanya dimana akan mendapatkan keamanan pada merek produk tersebut. Karena banyaknya persaingan dan juga maraknya pembajakan nama usahanya yang mungkin dapat membuat sesuatu yang merugikan serta tidak dapat melakukan pengajuan gugatan pada pengadilan yang mengakibatkan merek nya tidak terdaftar.

Banyak alasan mengapa merek-merek yang tidak terkenal memanfaatkan merek-merek atau produk yang terkenal atau dengan kata lain plagiarisme, karena salah satu alasannya yaitu produk nya sangat gampang terjual pada saat dijual tidak repot pada pengurusan dalam mendaftarkan pada Ditjen HKI yang dimana hal tersebut akan pengeluaran uang yang jutaan rupiah banyaknya dalam meningkatkan nama pada produk. Hal tersebut yang tidak diperlukannya suatu hal yang merepotkan dari membuat pada divisi untuk melakukan riset serta mengembangkan dalam peningkatan pada suatu produk yang terbaru.

Metode Penelitian

Metode pada penelitian terkait jurnal ini dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu menggunakan studi yang berdasarkan pustaka. Dalam penelitian ini bermaksud guna memahami subjek dalam suatu penelitian, supaya mendapatkan data deskriptif dalam bentuk kata yang berbentuk tulisan. Pada penelitian deskriptif ini yaitu sebuah metode dalam penelitian untuk penggambaran pada semua data atau subjek dan objek dalam suatu penelitian dan setelahnya supaya bisa dilakukannya analisis guna dalam melakukan pemecahan masalah yang ada untuk mendapatkan suatu informasi yang konkrit serta dapat mendapatkan manfaat bagi suatu kemajuan dalam ilmu pengetahuan. Penelitian kualitatif ini menggunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dikaji serta tambahan studi pustaka, selanjutnya ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aturan Hukum Terhadap Barang Tiruan di dalam *E-Commerce*

Mengenai aturan terhadap Undang-undang pada Nomor 19 Tahun 2016 yang dijelaskan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang dasar hukum dari *e-commerce*. Ketentuan tersebut mengatur tentang mengenai pengakuan akan dokumen pada elektronik ataupun dalam sistem elektronik dan diatur pada Pasal 1 (4) juga angka 5.

Pasal 1 angka 4 “Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.” Terhadap Pasal 1 angka 4 tersebut menjelaskan apa saja dalam dokumen pada elektronik ini terhadap regulasi yang diatur serta dijelaskan mengenai apa saja delik yang masuk dalam kriteria pada pasal 1 angka 4 ini.

Pasal 1 angka 5 “Sistem elektronik adalah rangkaian perangkat dan program elektronik yang mempunyai fungsi menyiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mentransmisikan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik. Oleh karena itu, transaksi *e-commerce* adalah juga dilakukan dalam perdagangan rutin, namun perjanjian yang digunakan dalam *e-commerce* adalah kesepakatan yang dicapai oleh para pihak melalui sistem elektronik atau disebut kontrak elektronik Pasal 1, Pasal 17 Undang-Undang

Nomor 19 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Tahun 2016 juga menjelaskan hal ini. Ditetapkan bahwa “kontrak elektronik adalah kesepakatan yang dicapai antara para pihak melalui sistem elektronik”.

Barang tiruan sekarang ini masih banyak beredar dijual di platform-platform *e-commerce*, jelas hal tersebut merupakan pelanggaran HKI. Contohnya seperti merek Adidas maupun Nike yang dibanderol dengan harga aslinya adalah jutaan rupiah, namun barang tiruan ini hanya dijual seharga ratusan ribu rupiah. Padahal, secara hukum Hak Kekayaan Intelektual atas merek tersebut sudah terlindungi. Menurut Mr. Tirtaamidjaya memberikan pengertian merek, dia memberikan pandangannya “Perdagangan pada merek merupakan adapun tanda dipasang terhadap barang atau kemasan untuk membedakan barang tersebut dengan barang lain yang sejenis.”, dan pengertian lain berdasarkan pada Pasal 1 UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis menjelaskan pengertian bahwa “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”.

Merek dapat diberikan kepada seorang pemohon yang mendaftarkan suatu mereknya ke Kemenkumham, karena menggunakan suatu merek tanpa izin dapat menyebabkan terjadinya konflik di kemudian hari. Pasal 46 PP Pada Ketentuan Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik “Transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak mempunyai akibat hukum bagi para pihak, dan penyelenggaraan transaksi elektronik harus berdasarkan prinsip integritas, transparansi, kehati-hatian, akuntabilitas, dan kewajaran .”

Dengan itu menyebabkan keterikatan dengan ketentuan-ketentuan hukum sehingga akan melahirkan suatu bentuk tanggung jawab. Jika mengacu pada Pasal 22 ayat (1) PP No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), bahwa pada dasarnya *E-Commerce* bertanggungjawab atas konten informasi yang ada di dalam sistemnya. Sedangkan di dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 100 (1) dan (2). Tindakan hukum yang diambil oleh pemilik merek:

1. Pemegang merek dalam dagang dapat mengajukan keluhan atau menanggukhan permohonan kepada bea cukai.
2. Pemegang merek bisa melakukan pengajuan suatu permohonan terhadap penetapan dalam bentuk tertulis kepada Pengadilan Niaga.

3. Pemegang merek dagang melakukan gugatan secara perdata untuk ganti atas kerugian, meminta untuk berhenti menggunakan merek dagang yang di salahgunakan.
4. Pemegang merek bisa memulai proses hukuman pidana dan melakukan tuntutan pidana.

Jika Platform *e-commerce* melakukan pelanggaran dapat di tuntutan dan di proses pidana pada pasal 55 KUHP mengenai pelanggaran yang indikasinya dalam hal berikut, yaitu:

1. Jika tak menanggapi klaim pelanggaran hak kekayaan intelektual dengan didagangkan di platform.
2. Sudah mengetahui akan adanya kasus tapi kasus tersebut diabaikan.

Proses pidana dapat di ajukan terhadap akun penjual atau dilaporkan langsung di platform online. Pihak yang dirugikan dapat memilih sekurang-kurangnya 3 alternatif jika terjadi pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual. Pertama, dengan permohonan ke Pengadilan Niaga. Tuntutan yang dilakukan ke pengadilan dalam bentuk = permintaan penggantian kerugian, atau permintaan pemberhentian kegiatan, serta produksi, distribusi ataupun pemasaran pada barang atau jasa. Kedua, Melakukan mediasi. Pilihan terakhir adalah pidana yang berdasarkan rujukan/pengaduan individu kepada penyidik Polri atau PPNS DGKI melalui proses penyidikan yang dilakukan dengan melaporkan tindak pidana.

Pelanggaran Hak Merek

Indonesia menerapkan perlindungan terhadap hukum atas suatu merek mengenai hak kekayaan intelektual untuk pada waktu yang ditentukan dengan dasarnya pada pendaftaran merek dalam suatu sertifikat. Oleh karena itu, ketika pada suatu orang ingin memperoleh keuntungan finansial dari merek dagang orang tertentu, mereka harus memperoleh suatu izin bentuk tertulis dari pemegang merek dagang. Suatu penjelasan ini dimaksudkan supaya bisa dihindarkan dari suatu barang palsu, pemalsuan, atau perolehan suatu hak intelektual, yang semuanya bertentangan dengan hukum. Merek tidak hanya memiliki identitas, tetapi juga berperan penting dalam memprediksi aktivitas penipuan yang mengarah pada persaingan komersial yang tidak sehat. Namun, para pelaku ekonomi sering mengabaikan hal ini, sehingga mereka cenderung ingin memperoleh keuntungan ekonomi dengan melanggar hukum.

Dalam penjelasan lain, melanggar pada merek hak merek pada dagang terdaftar perseorangan/lain pihak atau melanggar hak merek terkenal. Dalam suatu merek pada suatu

regulasi pada Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 mengenai merek yang lumayan diberikan suatu perlindungan dalam peraturan dalam pemegang merek suatu dagang yang dikenal asing. Upaya dengan langkah preventif yang dilakukan guna melakukan pencegahan mengenai yang melanggar hak merek, dan bisa dilakukan suatu gugatan dan tuntutan pada pidana. Upaya pencegahan guna mengenai fenomena pelanggaran pada merek dan upaya hukum dalam suatu hal yang melanggar pada merek bisa melalui dengan suatu upaya hukum perdata dan pidana.

Secara umum sesuai dengan tujuan hukum pada suatu peraturan merek, pelanggaran merek dikategorikan dalam beberapa bentuk yaitu:

- a. Pelanggaran dapat menyebabkan persamaan membingungkan yang melibatkan baik itu sumber, dari sponsor, atau afiliasi, atau mengenai hubungan.
- b. Barang palsu menggunakan merek yang hampir tidak dapat dibedakan, yang diperlukan untuk memulihkan tiga kali total kerusakan yang sebenarnya, sebagaimana diizinkan oleh undang-undang dan peraturan pidana.
- c. Dibandingkan dengan Menipiskan/mengurangi atau mengurangi kemampuan merek ternama untuk dilakukannya identifikasi untuk pembedaan suatu barang ataupun jasa, karena kesamaan yang bersaing atau membingungkan.

Pemilik terhadap suatu merek yang mendapatkan bahwa barang dagangannya yang melanggar terhadap suatu pelaku pemegang usaha dalam perdagangan suatu elektronik, selain melalui gugatan pada bidang perdata, dan pemegang usaha komersial (kepemilikan) pada merek dagang bisa memulai proses penentuan pidanaan yang diatur dalam ketentuan pidana UU No.20 Tahun 2016 mengenai merek dagang dalam suatu indikasi dan geografis, terkhusus BAB 18, dalam ketentuan pidana, serta pada pasal 100 hingga pasal 103 serta untuk pemegang usaha dalam melakukan bisnis, usahanya dengan menerapkan suatu pelanggaran baik itu hal yang samaan pada suatu hal yang penting, dengan bisnis perdagangan elektronik ini dapat diberlakukannya pada pidanaan pada pasal 45 hingga 52 pada Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi dalam elektronik, tentang suatu merek dalam sebuah hak Kekayaan Intelektual yang semestinya mendapatkan perlindungan yang ada, salah satunya penjelasan pasal 25 yang menjelaskan tentang mengenai informasi dan elektronik didaftarkan sebagai HKI diantaranya pada hak paten, cipta, suatu merek, dan rahasia pada dagang, serta pada industri desain, serta hal yang lainnya, yang hal ini harus terlindungi dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016. Jadi bisa dijelaskan dalam merek ini, merupakan salah

satu hal penting bagaimana hak merek ini merupakan hal yang dilindungi oleh hak dalam kekayaan intelektual yang terlindungi oleh pada transaksi dalam elektronik.

Salah satunya tindak pidana yaitu, pidana kejahatan dan kejahatan pelanggaran. Untuk terkait masalah perilaku dalam bisnis yang melanggar dalam merek dagang terhadap pelaku usaha lainnya mengenai dagang yang menerapkan elektronik dalam transaksinya (*e-commerce*) yang merupakan suatu pelanggaran terhadap tindak pidana, serta jika pelaku usaha sebuah kesamaan merek. Maka dengan ini ini orang lain dapat diterapkannya pada ketentuan ini diterapkan pada orang yakni di penjelasan dalam Pasal 100 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan suatu ancamannya berupa pidana denda dengan nominal banyaknya Rp. 2.000.000.000.00 (dua miliar rupiah). Oleh sebab itu, jika pengusaha menerangkan tentang menjalankan bisnisnya dalam konteks elektronik dalam menerapkan yang ada di dalam (*e-commerce*) dengan menggunakan barang yang palsu atau tiruan dengan cara atau menggunakan merek yang sudah melambung yang telah terbukti sebelumnya dan menjadikan sebuah persamaan yang menimbulkan kesan dalam masyarakat, pada suatu barang yang sama terkenal dan di kembangkan uang dengan bagus. dampaknya, dapat sanksi didasarkan pada ketentuan Pasal 100 ayat (2) dalam Undang-undang mengenai suatu merek serta indikasi geografis pada Nomor 20 Tahun 2016, dalam penjelasan lanjutan ancamannya penjara yang lamanya 4 tahun dan/atau denda yakni banyaknya Rp. 2000.000.000 (dua miliar) (Sinaga and Ferdian 2020).

Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Pemalsuan *E-Commerce*

Era saat ini, ketika jual beli produk melalui dunia maya menciptakan kondisi yang menguntungkan, banyak orang ingin berbelanja online, tanpa terkecuali faktor-faktor yang dapat merugikan konsumen. Misalnya seperti kasus di Bali (Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta 2022) yang melibatkan toko Stridewear.Id Store yang dimana toko yang mengkhususkan diri pada produk branded yang khusus menjual sepatu branded seperti brand Jordan, lalu Nike, serta salah satunya Adidas. Posisinya yang berlokasi di daerah Serangan, Denpasar bagian Selatan ini mengkhususkan diri dalam penjualan yang baik langsung di store ataupun media online dengan *e-commerce* Indonesia. Beberapa hal yang beda terduga melakukan penjualan di media online pada *e-commerce*, salah satunya barang yang dijual bukan barang autentik/ori (palsu). Itu karena toko Stridewear.Id melakukan pembelian di tempat yang berbeda yang dijual lebih ramah dikantong karena masih banyak barang baru di pasaran, karena harga yang terjangkau dan tentunya murah. Mengenai barang dagangan telah

dibeli di tempat lain dan menjual kembali ternyata tidak ori atau tidak terverifikasi pada toko Stridewear.Id, setelah pembeli yang melakukan pembelian dengan e-commerce lalu setelah sampai barangnya ke pemesan, lalu si pembeli ini menjadi sadar akan non barang asli. Stridewear.Id kemudian akan mengeluarkan refund dan pembeli wajib mengembalikan barang tersebut ke Stridewear.Id. Dalam hal ini penggunaan pembelian di *e-commerce* harus memiliki keamanan bagi konsumen dalam mencari kebutuhan yang diperlukan, Maka dari itu perlunya regulasi yang mengatur tentang perlindungan akan hukum terhadap pembeli, mutlak diperlukan dari sebuah platform pembelian di *e-commerce*. Hal ini dikarenakan pembeli dan penjual tidak saling bertemu sehingga menyebabkan pembeli khawatir menerima barang tidak seperti di pasar. Dengan prosuden dengan manfaat dari keinginan pada pembeli untuk mempermudah membeli barang yang selaras dengan keinginan dari pembeli.

Pada Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Setiantoro et al. 2018), dalam UU ini terdapat dua pengaturan perlindungan transaksi terhadap perdagangan. Dalam perjanjian mengenai ketentuan jangka maka pentingnya mengetahui ketika pembeli dalam melakukan pembelian via online yang juga secara tidak langsung dengan pemilik usaha yang memiliki keterikatan terhadap perjanjian, dan dijelaskan pada ketentuan Pasal 1320 KUHPer mengenai syarat sah perjanjian (Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta 2022): Mengenai suatu kesepakatan baik itu secara mengikat, adanya kecakapan hukum, serta persoalan yang tertentu. Hak mengenai pembeli (Nainggolan 2021) yang peraturannya terdapat pada Undang-undang Perlindungan Konsumen ada Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Republik Indonesia yan landasannya pada UUD 1946 pada pasal 5, 21 ayat (1), 27, serta pada pasal 33. Sebagaimana penjelasannya hal ini:

1. Hak terhadap pemilihan barang, pembeli mempunyai suatu hak yang penuh terhadap barangnya baik itu akan dikonsumsi ataupun digunakan, dan tak adanya batasan untuk mengatur walaupun pemilik barang, bahkan produsen yang terlibat dalam hak untuk memeriksa kualitas barang yang akan diperoleh atau dikonsumsi di masa depan.
2. Hak atas Kompensasi berhak mendapatkan ganti kerugian terhadap kerugian yang terjadi, sehubungan dengan transaksi penjualan yang sedang berlangsung. Jika tidak ada kesamaan dalam citra atau kualitas, konsumen berhak mengadu ke produsen.
3. Hak memperoleh barang/jasa yang layak Konsumen berhak memperoleh barang dan jasa berdasarkan kontrak tertulis. Misalnya, untuk transaksi online, jika ada layanan

pengiriman gratis, sebaiknya diterapkan. Jika tidak memadai, konsumen memiliki hak untuk membatalkan.

4. Hak atas kebenaran segala informasi tentu saja menjadi hal terpenting bagi pembeli untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan barang yang sudah dibelinya. Pemilik barang juga untuk tidak menutupi atau mengurangi suatu keterangan tentang produk atau layanan.
5. Hak untuk peduli tanpa diskriminasi, karena perilaku diskriminatif mengenai konsumen menjadi salah satu hal yang melanggar atas suatu hak terhadap konsumen. Dan diberikan pelayanan oleh produsen, serta produsen juga tidak dapat membedakan antara satu konsumen dengan konsumen lainnya. perbedaan antara satu pembeli dengan pembeli lainnya.

Perlindungan bagi konsumen sangat dibutuhkan agar mendapatkan adanya keamanan terhadap para pembeli untuk menambah keperluan dalam hidupnya. Lalu mengenai landasan regulasi hukum dengan asas mengenai perlindungan pada pembeli ada di Pasal 2 UUPK 8/1999, dalam suatu penjelasannya sebagai asas yang bermanfaat, asas yang adil, asas keseimbangan/tidak tebang pilih, serta adanya asas keselamatan, dan yang terakhir asas tentang kepastian dalam hukum. Pemberian ini ditujukan untuk rasa kepercayaan, rasa aman, serta juga kesamaan terhadap penegakan hukum baik itu konsumen maupun pemilik barang. Dalam hal tersebut digunakan untuk mendapatkan keamanan terhadap pembeli barang, sebagai mana dipaparkan dalam Pasal 3 UUPK 8/1999, penjelasannya mengenai hal berikut ini:

- a. Tingkatkan martabat kata keterangan dengan membesar-besarkannya dan/atau membesar-besarkan yang negatif.
- b. Membangun sistem yang melindungi pembeli yang mencakup adanya keamanan hukum dan komunikasi dalam informasi, lalu juga akses terhadap suatu informasi
- c. Memberdayakan pembeli untuk memilih, mendefinisikan dan menegakkan hak-hak konsumen mereka
- d. Memberikan peningkatan baik akan kesadaran, terhadap kemampuan dan kemandirian pembeli dalam melindungi diri sendiri.

Lebih lanjut lagi tentang bagaimana undang-undang tersebut telah berupaya agar melindungi merek pada suatu pemegang hak merek. Di Indonesia sendiri juga menggunakan sistem *first to file* dimana juga memberikan pada pemegang dalam hak kepemilikan yang sudah terdaftar, yang baik bersifat pencegahan (*preventif*) ataupun dengan upaya hukum (*represif*). Perlindungan hukum dalam pencegahan ini atau *preventif* bisa diberlakukan dengan mendaftarkan pada suatu merek serta perlindungan dalam hukum, untuk upaya hukum ini ditujukan apabila melalui gugatan perdata maupun pidana dalam penerapannya dan juga untuk mengurangi penyelesaian alternatif diluar pengadilan atau jalur non litigasi.

Perlindungan ini dapat dijelaskan diantara lainnya lagi yang dapat dilakukan diantaranya:

1. Upaya Pencegahan

Upaya ini diberlakukan pada suatu perbuatan guna untuk mencegah dan mengurangi pada suatu tindakan dalam hal yang melanggar pada hak merek, ini difokuskan juga dalam suatu pengawasan pada pemakaian suatu merek. Dijelaskan juga pada pasal 5 pada dalam Undang-undang pada merek, yang penjelasannya lebih lanjut mengenai suatu dalam merek yang tidak dapat didaftarkan, maka dapat membawa suatu peraturan yang unsurnya bertentangan dengan undang-undang, baik nilai, religi, normal sosial, serta tidak memiliki perbedaan pada produk lainnya dan juga telah umum dalam menjalankannya.

Dijelaskan lain juga dalam Pasal 28 UU Merek menyebutkan bahwa dalam suatu yang terdaftar dalam merek bisa mendapatkan suatu perlindungan dalam hukum pada batas waktu dalam 10 tahun serta berlangsung secara lama dan diterimanya pada merek yang didaftarkan ini, secara langsung yang ada sangkutannya serta bisa memperpanjang lagi. Maka sebab ini, jika pada perseorangan/suatu badan yang punya lembaga hukum yang mengingginkan mereknya terdaftar dahulu, bisa dapat suatu perlindungan terhadap hukum yang berlandaskan pada hukum mengenai merek, sebab itulah pada suatu merek tersebut didaftarkan dahulu. Pada proses permohonan dalam pendaftaran pada merek ini dapat diterimanya suatu pendaftaran yang memenuhi unsur baik itu dalam formil ataupun substansi serta bisa ditentukan oleh suatu Undang-undang merek ini. Salah satu syarat utama telah menjadi penentu penting dalam pada suatu merek ini adalah suatu daya yang membedakan pada unsur cukup. Dalam suatu merek juga harus diberikan yang demikian rupanya yang bisa mempunyai kecukupan dalam menjadi kemampuan pembeda diantara pada barang ataupun terhadap jasa/barang pada suatu produksi dalam perusahaan yang berbeda.

Jika dalam suatu permohonan suatu barang yang telah didaftarkan sudah memenuhi unsur formalitas dan persyaratan substantif, maka akan diumumkan untuk mendapatkan sertifikat kepemilikan merek serta telah terdaftar pada merek dalam daftar umum. Selanjutnya setelah didaptkannya merek dalam bentuk sertifikat ini serta didaftarkan dalam suatu merek yang ada kaitannya dalam pendaftaran yang umum pada merek, dan bisa secara khusus bisa memanfaatkan pada keuntungan. Maka mengenai hal ini pada merek yang di lindungi ini diberikan kepada pemegang merek yang sudah teridentifikasi. Tetapi pada demikiannya, masih bisa dimungkinkan pula dalam mendapatkan perlindungan terhadap suatu merek yang merek nya tidak terdaftar dengan syarat tersebut, sudah ada pada dalam suatu merek yang berkategori yang mempunyai nama.

Maka mengenai hal ini, bisa jelas bagaimana pemilik yang mempunyai nama ini mendapatkan perlindungan dalam hukum dengan adanya permohonan dalam suatu syarat di dalam suatu pada merek yang didaftarkan. Dan perlindungan ini terhadap merek yang kenamaan ini juga suatu ide dari pemegang merek tersebut, juga dan dapat ditolak oleh kantor merek ditempuh, mempunyai kesamaan pada pokoknya dalam pendaftaran merek yang dimintakan terhadap pada merek yang ternama. (Hertati Gultom Abstrak 2018)

2. Upaya Hukum

Dalam usaha ini diterapkan guna menyudahi pada terhadap perkara yang terjadi. Dalam hal tersebut upah yang diberikan, jika suatu tindakan hal yang melanggar atas suatu hak yang tidak terdaftar pemegangnya yang akan saja terjadi bisa dapat suatu pembedaan untuk mendapatkan sesuatu perlindungan akan hukum suatu pelanggaran akan merek. Pada ketentuan pada pasal 76 pada ayat (1) pada Undang-undang tentang merek, menjelaskan jika melimpahkan suatu hak pada ownernya terhadap pemegang suatu merek yang sudah mengajukan barangnya yang terdaftar pada suatu pihak, maka mengajukan gugatan kepada pihak lain dengan penggunaan pada barang dan jasa ataupun suatu layanan yang dimilikinya serta kesamaan dalam pada pokok dan keseluruhannya.

Salah satu pada suatu prinsip yang penting yang bisa dihubungkan pada suatu merek yang ada di Indonesia adalah:

1. Merek adalah salah satu pada tanda yang diberikan pada hal yang beda dalam produk jasa/barang yang memiliki kesamaan yang menyerupai. Mengenai hal ini

akan ditentukan maka Undang-undang merek hanya akan menggunakan patokan pada suatu unsur yang klasik yaitu nama pada gambar, angka pada huruf ataupun campuran diantara pada suatu terhadap unsur yang ada;

2. Hal yang dilindungi mengenai hak pada merek ini diberikan terhadap suatu hal didasarkan pada suatu hal yang dimohonkan dimana dengan kata lain terhadap pendaftaran merek ini menjadi syarat penting untuk, mendapatkan suatu sarana pendukung untuk melindungi pada suatu yang sudah didaftarkan dalam merek;
3. Terhadap orang yang telah mengajukan pada suatu merek yang adanya batasan dimana suatu orang ataupun pada badan hukum yang melakukan registrasi pada suatu cara untuk mengajukan mereknya;
4. Pada durasi terhadap merek yang dilindungi ini bisa diberlakukan secara konsisten serta bisa ditambah jangka waktu lagi dengan hal yang dicatumkan pada pemilik merek tersebut memegang hak member panjang nya 2 bulan sebelum masa jatuhnya selesai pada merek;
5. Supaya dapat dilakukan saat percepatan penyelesaian permasalahan pada tindakan yang diperbuat, mengenai putusan pengadilan niaga tersebut dapat dilakukannya lanjutan banding;
6. Dalam perundang-undangan pada hak terhadap merek berdasarkannya mengenai suatu tindakan pidana dengan bisa menyesuaikan menggunakan delik aduan pada suatu tujuan pada pemilik hak merek yang diakui secara hukum, jika masih dirugikan bisa melakukan pelaporan terlebih dahulu dimana mengenai suatu pelanggaran ini sebelum penyidik meminta untuk memproses pada tuntutan yang telah diajukan.(Anon n.d.)

Melihat sisi lain ini dari suatu pencegahan ataupun hukum ini bisa dikatakan juga belum maksimal karena perlindungannya pada suatu pelanggaran hak merek ini, tidak adanya regulasi peneraan balasan pada hukumannya dari pemberian pada suatu warga negara yang telah membuat suatu tindakan hukum yang menyebabkan masyarakat akan menyadari kesalahannya sendiri (Falarungi, Thalib, and Pasamai 2020). Dilain hal tersebut juga perlunya pembaharuan yang lebih baik dan lengkap terhadap suatu regulasi mengenai suatu tindakan yang melanggar mengenai hak pada merek tersebut.

Adanya beberapa faktor lain juga menyebabkan suatu perlindungan dalam hukum terhadap hak pada merek diantaranya:

- A. Kurangnya suatu informasi kepada konsumen terhadap permohonan pendaftaran merek. Dimana hal ini biasanya pengumumannya sendiri bisa memerlukan waktu dalam 3 bulan. Dan hal sulit tersebut pada pemilik usaha yang sulit pada masa batas waktu diberlakukannya hak terhadap merek dalam produknya. Menjadikan terjadinya pada pemilik usaha yang mendaftarkan usahanya akan terkejut bila pendaftaran sudah terdahului oleh pihak yang lainnya.
- B. Pemegang hak yang kesulitan dalam guna mendapatkan pelaku terhadap hak yang dilanggar diakibatkan pada produknya dijual dan belikan dipasaran tidak menambahkan suatu biodata pada produsennya itu.
- C. Kurangnya memaksimalkan kinerja dari komisi yang melakukan banding pada merek yang terkadang permasalahan yang terjadi.
- D. Kelemahannya direktorat jenderal aparat terhadap merek biasanya diterima pada suatu produk yang telah terdaftar.
- E. Gugatan dari pemegang hak merek yang mendapatkan reputasi buruk disebabkan pada produk yang ia miliki mengalami masalah dan akhirnya akan mengurangi pada daya tarik suatu konsumen. (Pang et al. 2021)

KESIMPULAN

Penggunaan *e-commerce* sangat memudahkan bagi masyarakat dalam mencari perlengkapan kebutuhan mereka oleh, karena dari pihak pihak yang bergerak didalam *e-commerce* dapat saling menguntungkan baik bagi yang menjual ataupun bagi yang membeli dimana adanya timbal balik oleh karena dalam perdagangan perlu adanya keamanan bagi para masyarakat yang ingin membeli barang. Ketentuan dalam *E-commerce* dijelaskan dalam Undang-undang dalam No. 19 tahun 2016 terdapat suatu penjelasan pada pasal 1 angka 4 serta angka 5 oleh karena itu apa yang di perjualkan di *e-commerce* harus terjaga sesuai dengan merek yang sesuai (barang ori) maka pentingnya hukum yang berlaku dalam sistem transaksi dalam *e-commerce* tersebut dan bagi pemilik merek yang mendapatkan bahwa barang dagangannya dilanggar oleh pelaku usaha lain dapat melaporkan tindak pidana yang diatur didalam UU No. 20 tahun 2016 terkait hak merek dengan serta suatu indikasi pada geografis yang terkhusus ini dapat dilihat dalam BAB 18.

Dalam ketentuan yang ada dalam pidana, terdapat pada pasal 100 hingga pasal 103 serta bagi pelaku usahanya dalam menjalankan suatu bisnis usahanya serta bertindak itu dalam

melakukan pelanggaran baik itu dalam melakukan persamaan atau pemalsuan pada produk orang lain (yang punya reputasi) yang menemui penyusutan pada barangnya, dalam usahanya ini pembelian secara online juga dapat diberlakukannya, mengenai penjelasannya mengenai hukumannya dalam pasal 45 sampai pasal 52 UU No. 19 Tahun 2016 mengenai tentang transaksi dalam elektronik serta dalam pasal 1320 KUHPer ini juga menjelaskan tentang bagaimana sah nya dari suatu perjanjian serta adanya suatu sebab yang sah dan ada juga yang tidak melanggar. Maka hak sebagai konsumen ini juga dijelaskan lebih lanjutnya pada Undang-undang pada Perlindungan Konsumen pada Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, yang berpatokan dalam UUD Tahun 1945, serta pada pasal 5 ayat (1) , juga ada dalam pasal 21 ayat (1), dijelaskan juga dalam pasal 27, serta yang terakhir dalam pasal 33.

Daftar Pustaka

- Anon. n.d. "Hukum_Perdagangan_Internasional_Prinsip-Prinsip_Dan_Konsepsi_Dasar-with-Cover-Page-V2."
- Falarungi, Wahyudy, Hambali Thalib, and Syamsuddin Pasamai. 2020. "Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu Di Pasar Senteral Kota Makassar." *Journal of Philosophy (JLP)* 1(2).
- Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Puspasutari Ujianti. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridwear.Id Bali)." *Integrasi Hukum* 3(2):332–38. doi: 10.22225/juinhum.3.2.5076.332-338.
- Hertati Gultom Abstrak, Meli. 2018. *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK MEREK TERDAFTAR TERHADAP PELANGGARAN MEREK*.
- Nainggolan, Ibrahim. 2021. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 2(1):1060–67.
- Pang, Trifena, Oshin Maretha Napitupulu, Ayen Sephia Dhani, and Hari Sutra Disemadi. 2021. *Analisis Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pelanggaran Hak Merek Di Indonesia*. Vol. 1.
- Setiantoro, Arfian, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, and Rinitami Njatrijani. 2018. "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 7(1):1. doi: 10.33331/rechtsvinding.v7i1.220.
- Sinaga, Niru Anita, and Muhammad Ferdian. 2020. "Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (e-Commerce)." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 10(2):76–95.