



# SIMBUR CAHAYA

Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Alamat Redaksi : Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Jalan Sriwijaya Negara, Bukit Besar, Palembang, Sumatera Selatan 30139, Indonesia.

Telepon: +62711-580063 Fax: +62711-581179

E-mail: [jurnalsimburcahaya@gmail.com](mailto:jurnalsimburcahaya@gmail.com)

Website: <http://journal.fh.unsri.ac.id/simburcahaya>

ISSN : 1410-0614

E-ISSN: 2684-9941

DOI: 10.28946/sc.v28i2.1317

## Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang

Icha Sheilindry;\* Mada Apriandi Z; Achmad Syarifudin

Corresponding Author: [icha.sheilindry@yahoo.com](mailto:icha.sheilindry@yahoo.com)\*

Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

**Abstrak:** *Marketplace* merupakan salah satu jenis perdagangan elektronik yang banyak digunakan pada saat ini, salah satu kebijakan *marketplace* yaitu melakukan perjanjian dengan pihak penjual dengan tujuan salah satunya sebagai bentuk perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual namun dalam prakteknya pelanggaran seperti penjualan produk palsu masih sering ditemukan dalam platform *marketplace* yang menimbulkan kerugian terhadap pemegang hak merek. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penerapan hukum terhadap pelanggaran merek dalam transaksi perdagangan elektronik di Indonesia, untuk menganalisis kekuatan kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh *marketplace* sebagai bentuk perlindungan merek, dan untuk mengevaluasi bagaimana seharusnya pengaturan terkait peredaran barang di perdagangan elektronik untuk menghindari pelanggaran merek. Metode penelitian dari naskah ini secara normatif, penelitian normatif adalah penelitian hukum kepustakaan dengan menggunakan empat macam pendekatan, yaitu pendekatan Undang-Undang, pendekatan konseptual, pendekatan cyber law, dan pendekatan perbandingan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pelanggaran merek yang terjadi dalam perdagangan elektronik menjadi tanggung jawab *marketplace* sepenuhnya namun bentuk tanggung jawab tersebut hanya berupa penghapusan laman toko online yang melakukan pelanggaran. Adapun kekuatan kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh *marketplace* akan memiliki kekuatan hukum yang mengikat apabila telah memenuhi syarat kesepakatan, cakupan, objek yang spesifik dan sebab yang halal. Pengaturan yang seharusnya terkait peredaran barang pada perdagangan elektronik kedepannya yaitu dengan membuat suatu kebijakan yang memfokuskan pada lembaga pengawasan barang sehingga dapat menjadi perlindungan merek dalam perdagangan elektronik. Kesimpulan dari naskah ini bahwa dalam perdagangan elektronik perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual merek sangat perlu dilindungi namun di Indonesia belum ada pengaturan yang memfokuskan mengenai peredaran barang di perdagangan elektronik.

**Kata Kunci:** Hak Kekayaan Intelektual; Kontrak Elektronik; Merek; Perlindungan Hukum

**Abstract:** *Marketplace* is one type of electronic commerce that is widely used today, one of the *marketplace* policies is to enter into an agreement with the seller with the aim of one of them being a form of protection of Intellectual Property Rights but in practice violations such as selling counterfeit products are still often found on the platform *marketplace* that causes harm to brand rights holders. The purpose of this study is to analyze the application of the law against brand infringement in electronic commerce transactions in Indonesia, to analyze the strength of electronic business contracts made by the *marketplace* as a form of brand protection, and to evaluate how the regulation related to the circulation of goods in electronic commerce should be to avoid brand infringement. The research method of this manuscript is normative, normative research is library law research using four kinds of approaches, namely the law approach, the conceptual approach, the cyber law approach, and the comparative approach. The results of this study confirm that brand infringement

*that occurs in electronic commerce is the full responsibility of the marketplace, but the form of responsibility is only in the form of deleting the online store page that violates. The power of the electronic business contract made by the marketplace will have binding legal force if it has fulfilled the terms of the agreement, skills, specific objects and lawful causes. Regulations that should be related to the circulation of goods in electronic commerce in the future are by making a policy that focuses on goods supervision institutions so that they can become brand protection in electronic commerce. The conclusion of this manuscript is that in electronic commerce the protection of Intellectual Property Rights of brands really needs to be protected but in Indonesia there is no regulation that focuses on the circulation of goods in electronic commerce.*

**Keywords:** *Intellectual Property Rights; Electronic Contracts; Brand; Legal Protection*

## **LATAR BELAKANG**

Globalisasi mengandung dimensi tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia. Menjadi sebuah tantangan, karena berbagai kenyataan yang ada dipandang belum memadai untuk memungkinkan Indonesia berperan secara wajar dan memperoleh manfaat dari arus globalisasi. Juga dikatakan sebagai peluang karena globalisasi memberikan kesempatan yang lebih terbuka bagi bangsa-bangsa untuk memperoleh berbagai keuntungan dari proses globalisasi yang dapat menjadi tumpuan untuk mencapai kemakmuran rakyat.<sup>1</sup>

Globalisasi terlihat dari kemajuan zaman yang akan berdampak pada teknologi yang terus berkembang semakin maju, hal ini mendorong manusia untuk bergerak cepat mengikuti zaman. Internet merupakan contoh dari kemajuan teknologi, perkembangan internet dalam intensitas tinggi, peningkatan kapasitas, kemudahan mengakses dan semakin murahnya biaya penggunaan internet menyebabkan perubahan revolusioner dalam penggunaannya di berbagai bidang, seperti komunikasi, hiburan, pariwisata dan bidang lainnya. Namun dari sekian banyak tersebut yang mengalami perkembangan paling signifikan dalam penggunaan media internet di masyarakat yaitu dalam bidang perdagangan.

Kehadiran teknologi internet dalam dunia perdagangan menggeser jual beli yang biasa dilakukan secara konvensional ke transaksi yang dilakukan secara online yang dikenal dengan istilah perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* membawa kemudahan bagi produsen maupun konsumen karena transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapan pun, serta membuka peluang bisnis untuk mendirikan perusahaan *marketplace* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain sebagainya yang

---

<sup>1</sup> 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. h.48-58.

memfasilitasi dalam transaksi jual beli elektronik. Kehadiran *e-commerce* tidak hanya membawa dampak positif tetapi juga membawa dampak negatif dimana salah satunya pengawasan terhadap barang-barang yang dijual menjadi tidak efisien, sehingga secara tidak langsung dengan kehadiran *e-commerce* berpotensi sebagai gerbang masuknya pelanggaran Kekayaan Intelektual yaitu pelanggaran pada merek.

Seiring berjalannya waktu permasalahan barang palsu kian menjadi kompleks dengan perkembangan transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) hal ini disebabkan karena internet semakin mempermudah penjual yang menjual barang palsu secara anonim. Berdasarkan data dari International Trademark Association (INTA), Indonesia merupakan negara yang menduduki peringkat keempat terbesar dalam mengkonsumsi produk tiruan atau palsu.<sup>2</sup> Pelanggaran terhadap merek merupakan masalah bagi banyak industri dalam skala global. Berdasarkan laporan INTA (*International Trademark Association*) dan *The International Chamber of Commerce*, nilai ekonomi global pemalsuan dan pembajakan diperkirakan mencapai 2,3 triliun dolar AS pada tahun 2022.<sup>3</sup>

Perlindungan merek dalam perdagangan elektronik atau *e-commerce* dirasa sangat penting agar dapat melindungi pihak lain seperti pemilik merek yang mungkin akan dirugikan dengan adanya barang palsu. Dalam pelaksanaan *e-commerce* peran dari *marketplace* sebagai penyedia situs jual beli online sangatlah penting, salah satu kebijakan yang dibuat yaitu dengan mengadakan suatu perjanjian dengan pihak penjual atau *seller*, perjanjian ini disebut perjanjian *marketplace*. Dalam setiap kesepakatan, perjanjian atau kontrak merupakan suatu hal yang sangat penting bagi pihak yang terlibat di dalamnya. Kontrak juga dapat dikatakan sebagai acuan para pihak dalam bertindak sesuai dengan apa yang telah disepakati. Pada dasarnya kontrak memiliki fungsi antara lain :<sup>4</sup>

1. Kontrak merupakan suatu media yang digunakan oleh para pihak untuk menuangkan apa yang akan diperjanjikan secara tertulis sesuai dengan syarat-syarat sahnya perjanjian;

---

<sup>2</sup>Internasional Trademark Association, 2019, New Multi-Country Study Explores Gen Z Purchase Behaviors and Moral Compass: Indonesians Put Income Above Morals In Weighing Real Vs. Counterfeit Goods, <https://www.inta.org/new-multi-country-study-explores-gen-z-purchase-behaviors-and-moral-compass-indonesians-put-income-above-morals-in-weighin/>, diakses tanggal 16 Desember 2020 pukul 22.23 WIB.

<sup>3</sup> Internasional Trademark Association, 2018, Association Takes Part in Anticounterfeiting Events in Indonesia, Nigeria, Thailand, and the United States, <https://www.inta.org/association-takes-part-in-anticounterfeiting-events-in-indonesia-nigeria-thailand-and-the-united-states/>, diakses tanggal 10 Desember 2020 pukul 09.45 WIB.

<sup>4</sup> Iga Bagus Prasadha Sidhi Nugraha, "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8, No.5, 2020, h.. 691.

2. Kontrak tersebut merupakan alat pengontrol bagi kedua belah pihak yaitu apakah telah dilakukan suatu prestasi atau apakah telah terjadi wanprestasi;
3. Kontrak juga merupakan alat bukti yang akan di pergunakan oleh yang berkepentingan sebagai dasar untuk mengajukan suatu tuntutan atau ganti kerugian.

Kontrak elektronik sering kali tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya, dimana suatu hal yang disepakati dalam suatu perjanjian berbeda dengan apa yang terjadi. Tidak adanya penjamin bahwa calon penjual membaca isi kontrak serta isi kontrak yang terbilang banyak menjadikan alasan calon penjual sering kali mengabaikan ketentuan-ketentuan dalam kontrak sehingga calon penjual cenderung langsung menyetujui kontrak tersebut tanpa memahami isi kontrak. Jika diperhatikan hampir seluruh kontrak elektronik *marketplace* tertulis jelas peraturan mengenai barang yang diperjualkan, bahwa salah satu pernyataannya berisi “penjual dilarang menjual barang-barang yang dilarang oleh hukum atau barang yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual”. Tetapi pada kenyataannya pernyataan tersebut seperti tidak diperhatikan hal ini dapat dilihat dari penjualan barang-barang palsu yang masih banyak dijual bebas di *marketplace*.

Pada dasarnya pelanggaran terhadap barang palsu yang beredar di perdagangan elektronik (*e-commerce*) merupakan tanggung jawab dari pihak penyelenggara sarana perantara dalam hal ini yaitu pihak *marketplace*,<sup>5</sup> namun pada kenyataannya hal ini tidak berjalan dengan apa yang diharapkan. Pada hakikatnya hukum ada karena untuk melindungi, begitu pula dengan kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh *marketplace* dengan pihak penjual atau *seller* bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi para pihak sehingga tidak ada yang dirugikan, dengan begitu diharapkan transaksi dapat berjalan dengan baik. Tetapi dengan adanya perjanjian *marketplace* atau kontrak bisnis elektronik tersebut nampaknya belum dapat dilaksanakan dengan sebagaimana mestinya sehingga pelanggaran-pelanggaran terhadap merek masih sering terjadi di *marketplace* yang tentunya dalam hal ini merugikan pemegang hak merek dagang. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana penerapan hukum terhadap pelanggaran merek dalam transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia. Bagaimana kekuatan kontrak bisnis elektronik yang dibuat oleh *marketplace* sebagai bentuk perlindungan merek pada transaksi perdagangan elektronik. Serta bagaimana seharusnya

---

<sup>5</sup> Kewajiban pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik Pasal 22 Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

pengaturan terkait peredaran barang untuk menghindari pelanggaran terhadap merek di perdagangan elektronik (*e-commerce*).

## **METODE**

Penelitian yang akan dilakukan merupakan tipe penelitian yuridis normatif. Penelitian dengan yuridis normatif artinya permasalahan yang ada diteliti berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada dan literatur-literatur yang ada kaitannya dengan permasalahan. Jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, pendekatan cyber law, dan pendekatan perbandingan. Bahan penelitian penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang diolah secara analisis sistematis. Analisis bahan penelitian menggunakan penafsiran hukum. Bahan penelitian diperoleh dari studi dokumen, pada dasarnya merupakan bahan tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu setelah bahan terkumpul kemudian dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kejelasan penyelesaian masalah yang akan diteliti untuk kemudian ditarik kesimpulan.

## **PEMBAHASAN DAN ANALISIS**

### **Penerapan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek dalam Transaksi Perdagangan Elektronik**

Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang penggunaannya berkaitan dengan perdagangan, dimana pemakaiannya yaitu pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis. Hak atas merek merupakan hak yang bersifat khusus (eksklusif) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya, yang mana dengan hal tersebut pemilik merek dapat menggunakan mereknya sendiri dan juga dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan mereknya dengan suatu perjanjian lisensi. Untuk mendapatkan hak tersebut pemilik merek wajib mendaftarkan mereknya kepada negara, dimana hal tersebut juga merupakan bentuk perlindungan dan pengakuan yang diberikan negara kepada pemegang merek. Apabila hal ini tidak dilakukan maka konsekuensinya yaitu

tidak ada perlindungan terhadap merek dan merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang.<sup>6</sup>

Berkembangnya dunia industri dan perdagangan menjadikan peranan tanda pengenal berkaitan dengan hasil industri dan barang dagangan makin menjadi penting. Pengaturan hukum di Indonesia mengenai merek tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam pasal 2 UU Merek disebutkan bahwa merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) 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 dan/atau jasa. Merek dalam penggunaannya baru dapat dilindungi apabila merek tersebut telah didaftarkan<sup>7</sup>, ketentuan dan tata cara pendaftaran merek telah tertulis secara jelas dalam Bab ke III undang-undang ini yang terdiri dari Pasal 4 sampai Pasal 19. Dalam undang-undang merek juga terdapat pasal-pasal perlindungan, yaitu pasal 100, Pasal 101 dan pasal 102, dalam ketiga pasal tersebut berisi perlindungan hukum terhadap pemilik merek, namun undang-undang ini menganut delik aduan,<sup>8</sup> jadi meskipun terdapat pelanggaran merek yang ditemukan namun tidak ada pengaduan dari pemilik merek maka tidak akan ada perlindungan yang diberikan.

Pada era kemajuan teknologi sekarang permasalahan mengenai merek juga semakin meluas, yang mana perdagangan tidak lagi dilakukan secara konvensional saja tapi juga dilakukan secara elektronik, perlindungan terhadap merek dalam transaksi elektronik menjadi hal yang menarik perhatian. Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan undang-undang yang mengatur mengenai transaksi perdagangan elektronik, dalam hal keterkaitannya dengan perlindungan hak kekayaan intelektual merek dalam undang-undang ini dijelaskan lebih lanjut dalam pasal 25 UU ITE, bahwa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.<sup>9</sup> Jadi jelas bahwa merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual yang dilindungi dalam transaksi elektronik (*e-commerce*). Tetapi dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, tidak ada penegasan sanksi pidana apabila merek

---

<sup>6</sup> Agung Sujatmiko, “*Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek*”, Jurnal Media Hukum, Volume 18, Nomor 2, Desember 2011, h..177.

<sup>7</sup> Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>8</sup> Pasal 103 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>9</sup> Penjelasan pasal 25 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

tersebut dipalsukan oleh pelaku usaha perdagangan melalui transaksi elektronik (*e-commerce*).

Penyebaran barang secara elektronik biasanya banyak dilakukan dalam platform *marketplace*, seperti *shoppe*, *lazada*, *tokopedia*, dan sebagainya. Adanya penjualan barang palsu pada *marketplace* akan menjadi tanggung jawab mereka sebagai penyelenggara sarana perantara<sup>10</sup> namun sayangnya pertanggungjawaban dari hampir seluruh pihak *marketplace* hanya berupa penghapusan laman toko online di *marketplace* tersebut saja, tanpa adanya pemblokiran terhadap penjualan produk palsu tersebut. Hal ini sangat merugikan para pemilik dan/atau pemegang hak merek. Maraknya penjualan produk palsu ini, disebabkan tidak adanya sanksi tegas dari pemerintah dan atau peraturan yang mengatur tentang pertanggungjawaban dari pemberi wadah untuk pemalsu-pemalsu merek, yang menggunakan *marketplace* untuk sarana mereka berjualan produk-produk palsu.<sup>11</sup>

### **Kekuatan Kontrak Bisnis Elektronik Yang Dibuat Oleh *Marketplace* Sebagai Bentuk Perlindungan Merek Pada Transaksi Elektronik**

Indonesia telah memiliki peraturan hukum yang mengatur mengenai masalah keperdataan terkait transaksi elektronik dan kontrak elektronik, yang mana aturan tersebut tertuang dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam pasal 1 angka 17 UU ITE disebutkan bahwa, “kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”. Sedangkan yang dimaksud sistem elektronik dalam undang-undang ini yaitu serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi elektronik.<sup>12</sup> Dari pengertian diatas dapat dilihat perbedaan karakteristik kontrak tertulis dengan kontrak yang dibuat secara elektronik, dimana pada kontrak elektronik suatu kontrak dapat dilakukan melalui jaringan internet dan tanpa para pihak bertemu secara langsung.

Dalam setiap kesepakatan, kontrak menjadi sesuatu yang sangat penting bagi pihak yang terlibat di dalamnya. Kontrak memiliki fungsi antara lain, Kontrak merupakan suatu media yang digunakan oleh para pihak untuk menuangkan apa yang akan diperjanjikan secara tertulis sesuai dengan syarat-syarat sahnya perjanjian; Kontrak tersebut merupakan

---

<sup>10</sup> Pasal 22 Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

<sup>11</sup> 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, Hlm. 177.

<sup>12</sup> Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

alat pengontrol bagi kedua belah pihak yaitu apakah telah dilakukan suatu prestasi atau apakah telah terjadi wanprestasi; dan Kontrak juga merupakan alat bukti yang akan dipergunakan oleh yang berkepentingan sebagai dasar untuk mengajukan suatu tuntutan atau ganti kerugian.<sup>13</sup>

Kesepakatan dalam suatu kontrak diawali dengan adanya penanda tangan dari masing-masing pihak, dimana tanda tangan disini berfungsi untuk menjamin bahwa masing-masing pihak dalam kontrak tersebut mengetahui dan menyetujui apa isi yang tertulis didalamnya. Disini mengandung pengertian bahwa untuk membubuhkan suatu tanda tangan dalam kontrak atau perjanjian dilakukan secara langsung dimana kedua pihak harus membaca, memahami dan menandatangani kontrak tersebut pada suatu kertas perjanjian. Pada UU ITE tanda tangan dalam kontrak elektronik memiliki pengertian yang berbeda, dalam pasal 1 angka 12 UU ITE pengertian tanda tangan elektronik adalah “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 autentifikasi”. tanda tangan elektronik pada dasarnya adalah teknik dan mekanisme yang digunakan untuk memberikan kesamaan fungsi dan karakteristik tanda tangan tertulis (basah) yang dapat diterapkan dalam lingkungan elektronik (*functional equivalence approach*). Tanda tangan elektronik merupakan data dalam bentuk elektronik yang diletakkan, terasosiasi atau terkait dengan informasi elektronik yang berguna untuk mengidentifikasi penanda tangan dan menunjukkan persetujuan penanda tangan atas informasi elektronik yang dimaksud. Dengan kata lain, tanda tangan elektronik berfungsi sebagai alat verifikasi dan autentikasi.<sup>14</sup>

Tanda tangan elektronik berdasarkan pasal 11 ayat 1 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah jika : Data pembuatan tanda tangan elektronik terkait hanya kepada penanda tangan; Data pembuatan tanda tangan elektronik pada saat proses penandatanganan elektronik hanya berada dalam kuasa penanda tangan; Segala perubahan terhadap tanda tangan elektronik yang terjadi setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; Segala perubahan terhadap informasi elektronik yang terkait dengan tanda tangan elektronik tersebut setelah waktu penandatanganan dapat diketahui; Terdapat cara tertentu yang dipakai untuk mengidentifikasi siapa penandatangananya; dan Terdapat cara tertentu untuk menunjukan

---

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> Josua Sitompul, *Cyberspace, Cybercrime dan Cyberlaw*, Jakarta: Tatanusa, 2012, h..95.



bahwa penanda tangan telah memberikan persetujuan terhadap informasi elektronik yang terkait.

Keabsahan kontrak elektronik dapat dikatakan sah apabila informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik menggunakan sistem elektronik yang sudah disertifikasi sebagaimana diatur dalam UU ITE, namun sayangnya dalam undang-undang ini tidak menjelaskan secara jelas terkait penulisan kontrak secara fisik namun hanya menekankan pada kebenaran suatu informasi data dan dokumen. Pengakuan kontrak elektronik sebagai suatu bentuk perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Indonesia masih merupakan permasalahan yang pelik. Pasal 1313 KUH Perdata mengenai definisi perjanjian memang tidak menentukan bahwa suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis. Pasal 1313 KUH Perdata hanya menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Jika mengacu pada definisi ini maka suatu kontrak elektronik dapat dianggap sebagai suatu bentuk perjanjian yang memenuhi ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata tersebut. Oleh karena itu terkait keabsahan kontrak elektronik tidak hanya mengacu pada UU ITE saja namun juga harus memperhatikan ketentuan dalam KUHPerdata, yang mana suatu kontrak dikatakan sah dan mengikat apabila memenuhi syarat sah perjanjian pada pasal 1320 KUHPerdata.

Adapun akibat hukum dari kontrak elektronik yang tidak sah maka akan memiliki konsekuensi hukum sebagai berikut, Apabila syarat subyektif di dalam Pasal 1320 BW yaitu syarat kesepakatan dan kecakapan dari para pihak didalam kontrak tidak dipenuhi, maka salah satu pihak dapat meminta supaya perjanjian atau kontrak tersebut dapat dibatalkan. Namun, apabila para pihak tidak ada yang keberatan, maka perjanjian atau kontrak tersebut tetap dianggap sah dan Apabila syarat obyektif di dalam Pasal 1320 BW yaitu syarat pemuatan hal-hal tertentu dan adanya sebab yang halal tidak terpenuhi, maka perjanjian atau kontrak tersebut menjadi batal demi hukum yang berarti dari semula dianggap tidak pernah ada dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan.

Berdasarkan analisa diatas maka kontrak elektronik dalam bisnis perdagangan elektronik dapat dikatakan sah dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan peraturan perundang-undangan apabila telah memenuhi seluruh syarat dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan pelaksanaannya sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dengan begitu apabila terjadi pelanggaran hak dan kewajiban oleh salah satu pihak, maka kontrak elektronik ini dapat dijadikan perlindungan bagi pihak lain yang dirugikan.

## **Pengaturan Hukum yang Seharusnya Terkait Peredaran Barang di Perdagangan Elektronik (*e-commerce*) di Indonesia**

Dalam transaksi perdagangan yang dilakukan secara elektronik dianggap sebagai cara baru yang lebih praktis dan banyak memberikan kemudahan saat transaksi jual beli, namun dalam hal perdagangan tentu ada barang yang menjadi objek transaksi. Membicarakan barang maka erat kaitannya dengan Merek yang merupakan Hak Kekayaan Intelektual. Transaksi perdagangan elektronik berkaitan secara langsung dengan Hak Kekayaan Intelektual dimana hal ini dapat diperhatikan dalam setiap peraturan yang mengatur mengenai transaksi perdagangan elektronik akan selalu terselip aturan mengenai Hak Kekayaan intelektual, hal ini dikarenakan dalam transaksi perdagangan yang dilakukan secara elektronik sering kali terjadi kecurangan, salah satu bentuk kecurangan yang terjadi yaitu menyangkut barang seperti pembajakan dan pemalsuan terhadap merek.<sup>15</sup> Munculnya penyelewengan tersebut tentu akan menimbulkan kerugian terhadap pemilik merek dan menimbulkan permasalahan hukum dalam transaksi perdagangan elektronik.

Payung hukum yang mengatur mengenai transaksi perdagangan elektronik di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang merupakan aturan tambahan dari UU Perdagangan. Ketiganya menjadi acuan dalam kegiatan transaksi perdagangan elektronik di Indonesia. Jika diperhatikan pengaturan mengenai perdagangan elektronik di Indonesia sudah cukup memadai walaupun dalam hal pembentukan aturan hukumnya tergolong baru, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik baru diterbitkan pada tahun 2008 dan pengaturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik baru ada pada tahun 2019.

Adanya pengaturan-pengaturan hukum ini tidak serta-merta menjadi solusi dalam kegiatan perdagangan elektronik. Jika dikaitkan dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, industri perdagangan melalui transaksi elektronik tidak menutup kemungkinan akan bertambah besar oleh karena itu Indonesia diharapkan dapat menyiapkan aturan-aturan khusus mengenai transaksi perdagangan elektronik, dimana dalam hal ini bukan hanya hak-hak konsumen yang harus diperhatikan namun juga terkait barang yang menjadi objek transaksi.

---

<sup>15</sup> Suparman, “*Urgensi Regulasi Komprehensif E-Commerce di Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*”, Jurnal Mercatoria, Volume 8, Nomor 1, Juni 2015, h..81.

Aturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual pada peraturan-peraturan terkait perdagangan elektronik di Indonesia pada dasarnya selalu dicantumkan, namun aturan ini dianggap tidak kuat lantaran tidak ada sanksi yang diberlakukan apabila ditemukan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual dalam transaksi perdagangan elektronik. Pada masa sekarang, perdagangan elektronik banyak dilakukan oleh penyedia sarana perantara atau *marketplace*. *Marketplace* sendiri memiliki peranan penting kegiatan perdagangan elektronik, dimana sesuai dengan ketentuan PP No.80 Tahun 2019 dijelaskan bahwa *marketplace* bertanggung jawab atas konten informasi yang ada dalam website nya, namun sampai saat ini belum ada pengaturan yang tegas mengenai *marketplace* ini sendiri. Potensi terjadinya pelanggaran dalam *marketplace* juga akan lebih besar apabila tidak ada lembaga yang mengawasinya.

Berkaitan dengan hal tersebut, kebijakan aturan mengenai transaksi perdagangan elektronik di negara Singapura jauh lebih matang, hal ini dapat dilihat dari kesiapan pemerintah Singapura dalam membuat kebijakan mengenai pemanfaatan teknologi sejak tahun 1980-an, dari segi kebijakan aturan dalam UU ITE Singapura tidak hanya mengatur mengenai transaksi elektronik, namun juga mencakup perlindungan HKI, alat bukti transaksi, pengaturan atas konten-konten, persoalan pajak, dan prosedur ekspor dan impor yang merupakan aturan dasar dari infrastruktur-infrastruktur teknis yang mendukung keamanan dan realisasi transaksi perdagangan elektronik selain itu fungsi pengawasan terhadap pengawasan dalam transaksi perdagangan elektronik di Singapura lebih diperhatikan karena hal ini berkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi perdagangan elektronik itu sendiri. Keberadaan lembaga Casetrust sebagai lembaga pengawasan dalam perdagangan elektronik memberikan dampak yang positif, hal itu dikarenakan dengan adanya lembaga tersebut mampu memberi perlindungan hukum baik kepada konsumen dan juga perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini berdampak baik dalam perkembangan transaksi perdagangan elektronik di Singapura, terbukti dengan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan elektronik yang aman sehingga menjadikan Singapura negara dengan penggunaan perdagangan elektronik terbesar di ASEAN.<sup>16</sup>

Perdagangan elektronik di Indonesia berkembang pesat dari tahun-ketahun, hal ini dapat dilihat dengan peningkatan pertumbuhan perdagangan elektronik yang meningkat 40 persen

---

<sup>16</sup> Dedy Paryadi, “Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia dan Negara-Negara ASEAN”, Jurnal Era Hukum, Nomor 2, 2016, h..309

setiap tahunnya.<sup>17</sup> Jika melihat kondisi tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa industri perdagangan elektronik nantinya akan menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia, oleh karena itu diharapkan pemerintah dapat mendukung melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya dengan membuat suatu kebijakan yang dapat manaungi segala perbuatan dalam kegiatan perdagangan elektronik, yaitu bukan hanya mengenai tata cara pemanfaatan teknologi saja namun juga memperhatikan aspek pengawasannya agar pemanfaatan teknologi dalam perdagangan elektronik dapat berjalan dengan baik, hal ini dianggap penting mengingat sifat transaksi perdagangan elektronik yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggaran merek yang terjadi dalam perdagangan elektronik *marketplace* menjadi tanggung jawab *marketplace* sepenuhnya, namun bentuk tanggung jawab *marketplace* hanya berupa penghapusan laman toko online yang melakukan pelanggaran merek tanpa adanya pemblokiran. Adapun kekuatan kontrak elektronik yang dibuat oleh *marketplace* dalam melindungi merek dalam transaksi perdagangan elektronik akan memiliki kekuatan hukum apabila telah memenuhi syarat kesepakatan, kecakapan, objek yang spesifik, dan sebab yang halal. Pengaturan kedepan terkait peredaran barang dalam perdagangan elektronik sebaiknya lebih difokuskan pada lembaga pengawasan barang dengan begitu dapat menjadi solusi transaksi perdagangan elektronik yang aman dan nyaman, serta dapat menjadi perlindungan bagi Hak Kekayaan Intelektual dalam perdagangan elektronik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

Josua Sitompul, (2012), *Cyberspace, Cybercrime dan Cyberlaw*, Jakarta: Tatanusa.

### **Artikel Jurnal:**

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

---

<sup>17</sup> KomInfo, Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara, [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia%2BAkan%2BJadi%2BPemain%2BEkonomi%2BDigital%2BTerb Besar%2Bdi%2BAsia%2BTenggara/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia%2BAkan%2BJadi%2BPemain%2BEkonomi%2BDigital%2BTerb Besar%2Bdi%2BAsia%2BTenggara/0/berita_satker), Diakses tanggal 19 Juni 2021, pukul 22.00 WIB.

- 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.

### **Internet / Media Online**

- Internasional Trademark Association, 2019, New Multi-Country Study Explores Gen Z Purchase Behaviors and Moral Compass: Indonesians Put Income Above Morals In Weighing Real Vs. Counterfeit Goods, <https://www.inta.org/new-multi-country-study-explores-gen-z-purchase-behaviors-and-moral-compass-indonesians-put-income-above-morals-in-weighin/>, diakses 16 Desember 2020.
- Internasional Trademark Association, 2018, Association Takes Part in Anticounterfeiting Events in Indonesia, Nigeria, Thailand, and the United States, <https://www.inta.org/association-takes-part-in-anticounterfeiting-events-in-indonesia-nigeria-thailand-and-the-united-states/>, diakses 10 Desember 2020.
- KomInfo, Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara, [https://kominform.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia%2BAkan%2BJadi%2BPemain%2BEkonomi%2BDigital%2BTerbesar%2Bdi%2BAsia%2BTenggara/0/berita\\_satker](https://kominform.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia%2BAkan%2BJadi%2BPemain%2BEkonomi%2BDigital%2BTerbesar%2Bdi%2BAsia%2BTenggara/0/berita_satker), Diakses tanggal 19 Juni 2021.

### **Undang-undang atau peraturan lainnya**

- 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.