

Analisis Yuridis tentang Perlindungan Hak Merek dalam Era Digital: Studi Kasus tentang Pelanggaran Hak Merek di Platform Marketplace Shopee

Syahrul Akbar Syaifulloh
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pssh.v17i.1166](https://doi.org/10.30595/pssh.v17i.1166)

Submitted:

June 15, 2024

Accepted:

June 20, 2024

Published:

July 30, 2024

Keywords:

Brand Rights Protection,
Markatepalace Shopee,
Digital Era

ABSTRACT

Brand rights are an important asset for a company because a brand reflects the identity and reputation of a product or service in the eyes of consumers. Protection of brand rights not only protects brand owners from unauthorized use by other parties but also protects consumers from counterfeit products that can harm them financially and health. The purpose of this writing is to find out how the Juridical Analysis of Brand Rights Protection in the Digital Era: Case Study of Brand Rights Violations on the Shopee Marketplace Platform. Normative juridical research methods. The research results show that brand rights protection in the digital era requires a comprehensive and adaptive approach to technological developments. Shopee as one of the main marketplace platforms in Indonesia has made various efforts to protect brand rights, but there are still challenges that must be overcome. Through increased regulation, consumer education, and the use of advanced technology, brand rights protection can be improved to support a healthy and fair digital trade ecosystem.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:**Syahrul Akbar Syaifulloh**

Faculty of Law, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182, Indonesia.

Email: syahrulakbarsyaifulloh@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Era digital telah mempermudah proses jual beli melalui platform e-commerce, seperti Shopee, yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk bertransaksi dengan mudah tanpa batasan geografis. Namun, kemajuan ini juga diiringi dengan tantangan baru, terutama terkait dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek.

Hak merek merupakan aset penting bagi perusahaan karena merek mencerminkan identitas dan reputasi produk atau jasa di mata konsumen [1]. Perlindungan terhadap hak merek tidak hanya melindungi pemilik merek dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain tetapi juga melindungi konsumen dari produk palsu yang dapat merugikan mereka secara finansial dan kesehatan. Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap hak merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis [2]

Platform marketplace seperti Shopee, meskipun memberikan banyak kemudahan, juga menimbulkan berbagai tantangan dalam perlindungan hak merek. Salah satu tantangan terbesar adalah proliferasi produk palsu dan barang tiruan yang dapat dijual dengan mudah di platform ini. Penjual dapat dengan cepat membuat akun baru dan memposting produk yang melanggar hak merek tanpa memerlukan verifikasi yang ketat. Akibatnya,

pemilik merek sering kali menghadapi kesulitan dalam mengawasi dan menindak pelanggaran merek yang terjadi secara masif dan cepat.[3]

Berbagai kasus pelanggaran hak merek di platform seperti Shopee menunjukkan bahwa pelanggaran tersebut tidak hanya terjadi pada skala kecil tetapi juga dapat melibatkan jaringan yang lebih luas. Misalnya, kasus penggunaan nama merek yang hampir sama atau identik dengan merek terkenal untuk produk yang berbeda atau kualitas yang lebih rendah. Hal ini menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen dan merusak reputasi merek asli.[4]

Meskipun ada regulasi yang kuat, implementasi dan penegakan hukum sering kali menghadapi kendala. Pemilik merek harus menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk memantau dan mengajukan klaim terhadap pelanggaran yang terjadi [5] Selain itu, mekanisme penegakan hukum harus lebih efisien dan responsif terhadap dinamika perdagangan digital. Shopee, sebagai platform, juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platformnya tidak melanggar hak merek pihak lain dengan menerapkan kebijakan yang tegas dan prosedur penghapusan yang cepat terhadap produk yang melanggar [6]

Tujuan penulisan ini untuk mengetahui Bagaimana Analisis Yuridis Tentang Perlindungan Hak Merek Dalam Era Digital : Studi Kasus Tentang Pelanggaran Hak Merek Di Platform Marketplace Shopee.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yang fokus pada analisis hukum terhadap perlindungan hak merek dalam era digital, khususnya pada kasus pelanggaran hak merek di platform marketplace Shopee. Metode ini melibatkan penelaahan terhadap peraturan perundang-undangan, dokumen hukum, dan literatur terkait untuk memahami bagaimana hukum diterapkan dalam kasus-kasus pelanggaran hak merek di dunia digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Hak Merek

Hak merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk menggunakan tanda tertentu yang membedakan barang atau jasa yang dihasilkan dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh pihak lain. Di Indonesia, hak merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan ini bertujuan untuk mencegah peniruan, penyalahgunaan, atau penggunaan tanpa izin terhadap merek yang telah terdaftar [7]

Tantangan Perlindungan Hak Merek di Era Digital

Era digital membawa banyak keuntungan bagi perdagangan, termasuk akses yang lebih mudah ke pasar global. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tantangan baru dalam perlindungan hak merek. Tantangan-tantangan tersebut meliputi:[8]

1. **Penyebaran Produk Palsu**
Kemudahan akses dan anonimitas di internet memungkinkan penyebaran produk palsu secara cepat dan luas. Platform e-commerce seperti Shopee sering kali menjadi tempat peredaran produk-produk ini.
2. **Pemantauan dan Penegakan Hukum**
Memantau dan menindak pelanggaran hak merek di dunia digital memerlukan teknologi dan sumber daya yang lebih canggih. Pemilik merek harus terus memantau berbagai platform dan menggunakan metode digital untuk mendeteksi pelanggaran.
3. **Kerjasama dengan Platform Digital**
Platform seperti Shopee memiliki peran penting dalam perlindungan hak merek. Mereka harus memiliki kebijakan yang tegas dalam menangani laporan pelanggaran hak merek dan melakukan penghapusan produk yang melanggar

Perlindungan Hukum Hak Merek

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, hak merek memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan merek tanpa izin. Perlindungan ini mencakup:[9]

1. **Hak Eksklusif**
Pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya dan melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau mirip untuk barang/jasa sejenis.
2. **Gugatan Perdata**
Pemilik merek dapat mengajukan gugatan perdata terhadap pelanggar hak merek untuk meminta ganti rugi dan penghentian pelanggaran.
3. **Sanksi Pidana**
Pelanggaran hak merek juga dapat dikenakan sanksi pidana, termasuk denda dan penjara, tergantung pada beratnya pelanggaran

Pengertian Marketplace Shopee

Shopee adalah platform e-commerce yang didirikan oleh Sea Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena) pada tahun 2015. Shopee beroperasi di berbagai negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dan telah menjadi salah satu marketplace terbesar di wilayah ini. Shopee memungkinkan penjual untuk menjual produk mereka secara online, serta menyediakan berbagai fitur seperti pembayaran online, logistik, dan dukungan pelanggan [10]

Perlindungan Hak Merek di Era Digital

Di era digital, perlindungan hak merek menjadi semakin kompleks karena perkembangan teknologi yang pesat dan maraknya perdagangan elektronik.[11] Platform marketplace seperti Shopee menjadi salah satu medium utama bagi transaksi jual beli online, yang membawa tantangan baru dalam melindungi hak merek.[12]

Dasar Hukum merupakan ketentuan peraturan perundangundangan yang menerapkan suatu tindakan / penyelenggaraan oleh orang atau badan, agar dapat diketahui batasan, posisi dan sanksinya [13] Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dengan sistem konstitutif, artinya pendaftaran merek di Indonesia bersifat wajib. Karena perlindungan terhadap merek harus didaftarkan. Undang-undang tersebut berlaku sampai dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang kemudian terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis [14]

Pemeriksaan substantif berdasar pada Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 serta Pasal 108 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja atau Omnibus Law. Pasal 21 ayat (6) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di mana merek yang baru diajukan apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang telah terdaftar maka merek itu ditolak [15] Ahli jelaskan bahwa Indonesia menganut sistem konstitutif, jadi ketika merek terdaftar, maka seseorang baru mendapatkan Hak Eksklusif atas mereknya itu yang diatur pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Pasal 20, Pasal 21 maupun Pasal 108 Omnibus Law [2]

Hakim memiliki pendapatnya sendiri, yaitu Pasal 3 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (“UU MIG”). Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, ”Setiap Orang dilarang melakukan Penggunaan Secara Komersial, Pengandaan, Pengumuman, Pendistribusian, dan/atau Komunikasi atas Potret yang dibuatnya guna kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari orang yang dipotret atau ahli warisnya.” [16]

Analisis Putusan Hakim Terhadap Sengketa Penggunaan Merek Dagang Tanpa Hak

Agar putusan yang dijatuhkan oleh hakim tidak mengandung cacat, baik secara formil maupun materil, maka putusan pengadilan harus didasarkan pada asas-asas yang harus diikuti dalam pembentukan putusan pengadilan. Dalam perkara perdata, asas tersebut dijelaskan antara lain dalam Pasal 178 HIR, Pasal 189 RGB, dan Pasal 50 UU No. 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman. (Mutawakkil & Paresti, 2012). Asas-asas tersebut adalah sebagai berikut: [17]

1) Putusan Harus Memuat Dasar dan Alasan-alasan yang Jelas dan Terperinci

Menurut asas ini setiap pertimbangan yang disusun oleh hakim dalam membuat putusan, harus memuat dasar dan alasan-alasan yang jelas dan terperinci. Putusan yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dikategorikan sebagai putusan yang tidak cukup pertimbangan. Dasar dan alasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan hukum dapat bertitik tolak dari: a) pasal-pasal tertentu dari peraturan perundang-undangan; b) Hukum Kebiasaan; c) Yurisprudensi; 4) doktrin hukum. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 50 UU No. 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman.

2) Putusan Tidak Boleh Mengabulkan Melebihi dari Tuntutan

Berdasarkan pada Pasal 178 ayat (3) HIR, Pasal 189 ayat (3) RGB dan Pasal Rv., putusan pengadilan tidak boleh mengabulkan melebihi tuntutan yang dikemukakan dalam gugatan. Larangan ini disebut *ultra petitum partium*. [18] Apabila putusan mengandung *ultra petitum*, harus dinyatakan cacat (*invalid*) meskipun hal itu dilakukan hakim dengan iktikad baik (*good faith*) maupun sesuai dengan kepentingan umum (*public interest*). Mengadili dengan cara mengabulkan melebihi dari apa yang digugat, dapat dipersamakan dengan tindakan yang tidak sah (*ilegal*) meskipun dilakukan dengan iktikad baik. [19]

3) Putusan Harus Diucapkan di Muka Umum

Prinsip peradilan terbuka untuk umum mulai dari awal pemeriksaan sampai putusan dijatuhkan, merupakan bagian dari asas *fair trial*. Tujuan Utamanya, untuk menjamin proses peradilan terhindar dari perbuatan tercela (*misbehavior*) dari pejabat peradilan. [20]

Berdasarkan Asas-Asas Putusan Hakim diatas, penulis menyimpulkan terkait putusan Majelis Hakim dalam Putusan No.2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby, bahwa hakim belum sepenuhnya memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 48 tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman, di mana alasan dan dasar penjatuhan putusannya belumlah jelas dan belum sepenuhnya memenuhi aspek keadilan serta kemanfaatan. [21]

Putusan yang penulis maksud adalah besaran nominal ganti rugi yang dijatuhkan Majelis Hakim terhadap pihak Penggugat, yakni sebesar Rp37.990.726.332,-. Hal yang mendasari hakim dalam memutuskan nominal ganti rugi tersebut adalah hanya berdasarkan data audit Kantor Jasa Akuntan, FETRI, SE, Ak, MM, BKP, CA. Yang mana data tersebut hanya memperhitungkan dana yang dipergunakan selama pihak Penggugat menjalankan bisnis terkait, tanpa memperkirakan besarnya kerugian yang diterima oleh pihak Penggugat akibat gugatan pihak Tergugat pada perkara dalam persidangan sebelumnya.[22]

Maka sudah sepatutnya Majelis Hakim mengabulkan gugatan ganti rugi pihak Penggugat terhadap pihak Tergugat yakni sebesar Rp360.000.000.000,-. Yang mana perhitungan ini didasarkan pada 10% dari omset 6 bulan penjualan yang didapatkan Penggugat apabila tidak mengalami pemeriksaan bahkan proses pidana, sehingga berdampak pada tidak dapat menjalankan kegiatan usaha dan terpaksa merumahkan serta memutus hubungan kerja dengan sebagian besar karyawannya.[14]

Sebaiknya dalam Putusan Hakim mengenai perkara No.2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby dapat mempertimbangkan kondisi pihak Penggugat sebagai pihak yang dirugikan, apabila mengacu pada tujuan hukum sebagai pelindung Hak dan Kewajiban setiap individual dalam komponen ketatanegaraan. Karena pada dasarnya selain sebagai pelindung korban atau pihak yang dirugikan, adanya sanksi dalam hukum seyogyanya bermanfaat bagi pihak-pihak yang belum memahami pentingnya legalitas terhadap hak merek dagang[23]

Upaya Perlindungan dan Penegakan Hak Merek di Shopee

Untuk mengatasi pelanggaran hak merek, beberapa langkah telah dilakukan oleh Shopee, di antaranya:[24]

1. Sistem Pelaporan Pelanggaran
Shopee menyediakan mekanisme bagi pemilik merek untuk melaporkan pelanggaran hak merek. Laporan ini akan ditinjau dan jika terbukti, produk yang melanggar akan dihapus dari platform.
2. Kerjasama dengan Pemilik Merek.
Shopee menjalin kerjasama dengan pemilik merek untuk memantau dan menindak pelanggaran. Beberapa merek besar memiliki tim khusus yang bekerja sama dengan Shopee untuk mengawasi produk di platform.
3. Peningkatan Verifikasi Penjual.
Shopee meningkatkan prosedur verifikasi bagi penjual untuk memastikan hanya produk yang sah dan resmi yang dijual. Ini termasuk verifikasi dokumen dan pemeriksaan latar belakang penjual.

Tantangan dalam Penegakan Hukum

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan, masih terdapat beberapa tantangan dalam penegakan hukum hak merek di platform digital:[25]

1. Keterbatasan Regulasi
Hukum dan regulasi yang ada belum sepenuhnya mengakomodasi kompleksitas transaksi digital. Banyak aturan yang masih berorientasi pada perdagangan konvensional.
2. Kecepatan Penyebaran Produk Palsu
Teknologi digital memungkinkan penyebaran produk palsu dengan sangat cepat dan luas, sehingga sulit untuk diidentifikasi dan dihapus secara cepat.
3. Kesadaran Konsumen
Banyak konsumen yang belum menyadari pentingnya membeli produk asli dan dampak negatif dari pembelian produk palsu, baik dari sisi kualitas maupun pelanggaran hukum.

4. KESIMPULAN

Perlindungan hak merek di era digital memerlukan pendekatan yang komprehensif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Shopee sebagai salah satu platform marketplace utama di Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk melindungi hak merek, namun masih terdapat tantangan yang harus diatasi. Melalui peningkatan regulasi, edukasi konsumen, dan penggunaan teknologi canggih, perlindungan hak merek dapat ditingkatkan untuk mendukung ekosistem perdagangan digital yang sehat dan adil.

DAFTAR PUSTAKA

- I. Sheilindry, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang," *J. Simbur Cahaya*, vol. Volume, 28, no. Nomor 2, 2021.
- Rusman, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK DI MARKETPLACE (Platform)," *ational Conference on Law Studies (NCOLS)*.
- A. I. Shaleh and S. Trisnabilah, "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini," *J. Judic. Rev.*, vol. 22, no. 2, p. 291, 2020, doi: 10.37253/jjr.v22i2.1494.

- A. Betlehn and P. O. Samosir, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia," *Law Justice*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11, 2018, doi: 10.23917/laj.v3i1.6080.
- Z. Makkawaru, "Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek," 2021.
- Y. Gunawan, "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal Dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum," *Iblam Law Rev.*, vol. 2, no. 2, pp. 141–164, 2022, doi: 10.52249/ilr.v2i2.80.
- T. Bafadhal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia," *J. Huk.*, vol. Volume 1, no. Nomor 1, 2018.
- D. Serlia, "Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat," *Eksaminasi J. Huk.*, vol. 1, no. 1, pp. 66–76, 2021.
- Z. Arifin and M. Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar," *J. Ius Const.*, vol. 5, no. 1, p. 47, 2020, doi: 10.26623/jic.v5i1.2117.
- F. N. Hediati, "Optimalisasi Pengawasan Pada Penerimaan Pendaftaran Merek Dalam Rangka Perlindungan Merek," *J. Suara Huk.*, vol. Volume 2, no. Nomor2, 2020.
- A. Bakir and A. Fageh, "Hak Merek Dagang Persepektif Perundangan Dan Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 3, p. 4533, 2023, doi: 10.29040/jiei.v9i3.10095.
- Zulkifli Makkawaru, *Hak kekayaan intelektual seri hak cipta, paten, dan merek*. 2021.
- N. P. Pangestu, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce," *J. Huk.*, vol. Volume 1, no. Nomor 2, 2022.
- D. P. and S. N. fatmah Lailatushifah, "Kematangan Emosi Dan Psikosomatis Pada Mahasiswa Tingkat Akhir," *J. Psikol.*, vol. Volume 1, no. Nomor 1, pp. 1–11, 2011.
- U. Khasanah, "Tanggung Jawab Marketplace Shopee Terhadap Pelanggaran Merek Yang Dilakukan Oleh Penjual Menurut Hukum Islam," IAIN Ponorogo, 2023.
- M. H. Gultom, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek," *J. War.*, vol. Volumw 2, no. Nomor 5, pp. 97–108, 2014.
- Y. Hanapi, "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha Sulaman Karawo Di Gorontalo," *J. unigo*, vol. Volume 2, no. Nomor 1, pp. 1–9, 2018.
- F. N. Hediati, "Optimalisasi Pengawasan Pada Penerimaan Pendaftaran Merek Dalam Rangka Perlindungan Merek," *J. Suara Huk.*, vol. Volume 2, no. Nomor 2, p. 234, 2020.
- [A. Hidayat, "Konsep Haki Dalam Hukum Islam Dan Implementasinya Bagi Perlindungan Hak Merek Di Indonesia," *J. Huk. Dan Kemanus.*, vol. Volume 8, no. Nomor 1, pp. 163–84, 2020.
- I. A. Khoironi, "Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll," *UNNES Law J.*, vol. Volume 2, no. Nomor 1, pp. 29–36, 2013.
- I. A. K. A. Ngr Sri Rahayu Gorda, Aaa, Putu Eva Ditayani Antari, "Hak Cipta Dan Hak Merek Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Sebagai Aset Bisnis Di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek Dan Hak Paten Pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar)," *J. undiknas*, vol. Volume 1, no. Nomor 1, pp. 27–31, 2020.
- R. A. Khotimah, Vika Husnul, "Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Merek Terkenal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. Volume 8, no. Nomor 20, pp. 398–420, 2022.
- D. Serlia, "Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat," *J. Huk.*, vol. Volume 1, no. Nomor 1, pp. 66–76, 2021.
- S. Margono, "Hukum Kekayaan Intelektual (HKI)," 2015.
- H. F. Rizkia, Nanda Dwi, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. 2022.