

Pelanggaran Hak Merk yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Online

Christine S.T. Kansil¹ Luverne Pujian Quinn²

Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: ChristineK@untar.ac.id¹ Luverne.205220125@stu.untar.ac.id²

Abstrak

Dalam memperkenalkan atau pemasaran suatu produk penjualan dengan cara elektronik itu jauh lebih luas jangkauannya daripada penjualan yang dilakukan secara konvensional atau bertatap muka. tentu saja daripada transaksi secara tradisional yang seluruh aktivitasnya dilakukan dengan kertas tentunya dengan adanya transaksi secara online ini lebih menguntungkan bagi para pelaku usaha. Akan tetapi tentunya akan ada perbedaan apabila transaksi dilakukan secara konvensional apabila ada akibat hukum yang disampaikan maka dapat menggunakan kertas tersebut secara bukti akan tetapi dengan transaksi online ini tidak ada dokumen nyata yang dapat diajukan sebagai bukti apabila terjadi sengketa. Pada dasarnya terkait dengan permasalahan merek itu tentunya sangat berkaitan erat dengan para pelaku usaha karena apabila suatu pelaku usaha ini memiliki merek yang cukup terkenal atau mumpuni maka akan lebih dilirik oleh para konsumennya. Undang-undang tentang merek dan persamaan dapat dipidana paling lama 4 tahun dan denda 2 miliar ketentuan ini spesifik pada pasal 100 ayat 2 yang mana termasuk kejahatan peniruan karya orang lain tanpa hak dalam ini adalah persamaan merek. Pandangan orang lain tentunya akan terpengaruh dengan adanya peniruan merek dagang oleh orang lain yang dilakukan secara sembarangan akan menyebabkan ilusi terhadap merek terkenal tentunya ini sangat merugikan bagi pemilik original dari merek tersebut dan sangat menguntungkan bagi pelaku usaha yang melakukan peniruan atau plagiarisme merek tersebut.

Kata Kunci: Merek, Pelanggaran, Online



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

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini teknologi informasi dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk melakukan transaksi ini menandakan bahwa perkembangan bisnis di era sekarang sangatlah pesat. Dampak besar dalam peradaban manusia sangatlah terasa Dengan hadirnya internet di tengah masyarakat terutama di Indonesia. Dengan adanya internet manusia terdorong untuk berpikir lebih praktis dengan terbukanya akses yang ada. Sekarang konsep transaksi perdagangan hadir dengan elektronik dan tidak perlu melakukan perdagangan secara konvensional ataupun tatap muka. Bisnis-bisnis baru mulai muncul di tengah masyarakat dengan adanya perdagangan secara elektronik. Pada dasarnya e-commerce ini merupakan salah satu contoh perdagangan secara elektronik yang penggabungannya itu diselenggarakan dengan perdagangan informasi dan jasa dalam suatu komunitas transaksi elektronik. Dalam memperkenalkan atau pemasaran suatu produk penjualan dengan cara elektronik itu jauh lebih luas jangkauannya daripada penjualan yang dilakukan secara konvensional atau bertatap muka. tentu saja daripada transaksi secara tradisional yang seluruh aktivitasnya dilakukan dengan kertas tentunya dengan adanya transaksi secara online ini lebih menguntungkan bagi para pelaku usaha. Akan tetapi tentunya akan ada perbedaan apabila transaksi dilakukan secara konvensional apabila ada akibat hukum yang disampaikan maka dapat menggunakan kertas tersebut secara bukti akan tetapi dengan transaksi online ini tidak ada dokumen nyata yang dapat diajukan sebagai bukti apabila terjadi sengketa.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa dengan elektronik ini susah sekali dilakukan adanya suatu alat bukti dalam sengketa yang ada apalagi dalam bisnis di era modern ini sering sekali terdapat persoalan di bidang hak kekayaan intelektual terutama perihal merek dalam kegiatan perdagangan di mana kita ketahui bahwa merek ini merupakan suatu hal yang krusial dalam bisnis atau perdagangan antar pelaku usaha. Tentunya merek ini sangat berfungsi dalam pertumbuhan perdagangan semua pihak yang mana peranannya ini membantu usaha-usaha dan industri yang ada di Indonesia. Rumusan Masalah: Mengapa Masih Sering Terjadi Pelanggaran Hak Merk dalam Perdagangan Online? Bagaimana Penegakan Hukum Bagi Para Pelaku Usaha Yang Melanggar Hak Merk tersebut?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian jurnal ini penulis menggunakan metode penelitian Yuridis Normatif, dimana dalam melakukan analisis terkait dengan topik ini penulis menggunakan studi kepustakaan, berupa buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan topik yang di bahas. Adapun terkait dengan pendekatan yang penulis pakai adalah pendekatan kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Alasan Sering Terjadinya Pelanggaran Hak Merk dalam Perdagangan Online

Pada dasarnya terkait dengan permasalahan merek itu tentunya sangat berkaitan erat dengan para pelaku usaha karena apabila suatu pelaku usaha ini memiliki merek yang cukup terkenal atau mumpuni maka akan lebih dilirik oleh para konsumennya. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya transaksi secara online maka dalam penyebaran merek kepada konsumennya itu akan sangat mudah dibandingkan apabila transaksi dilakukan secara konvensional yakni secara bertatap muka. Pada dasarnya transaksi e-commerce ini merupakan suatu layanan yang sangat memudahkan bagi para pelaku usaha dan juga para konsumen karena aspek kemudahan sangat diutamakan dalam dunia digital ini dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Terkait dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik ini sangat menjamu di masyarakat salah satu aplikasinya contohnya adalah Bukalapak Tokopedia shopee Lazada dan lain sebagainya.

Transaksi online ini tentunya menjadi kebutuhan dan juga tren baru dalam masyarakat. pola masyarakat modern itu tentunya sangat bergantung dengan toko online ini dan dirasa memakan waktu dan merepotkan apabila harus bertemu secara langsung oleh karena itu dengan adanya secara online ini menjadi tren baru. Dengan berbagai varian harga dan kita dapat memilih produk yang kita pilih dari jauh ini merupakan suatu keuntungan berbelanja dengan marketplace atau secara elektronik. Karena banyaknya permintaan pasar maka banyak tokoh yang pelaku usaha yang melakukan bisnis perdagangan secara online dan menjual barang-barang palsu. Barang-barang palsu tersebut memiliki nama mirip dengan merek terkenal seperti New balance Nike Adidas dan lain sebagainya. Faktanya banyak orang yang ingin tampil menarik dengan mereka kenal walaupun produk tersebut tidak asli atau tidak original dan palsu buatan bengkel lokal di Indonesia. Banyak aplikasi seperti shopee Lazada yang menjual produk-produk kosmetik palsu yang red harganya itu di bawah harga originalnya tentu hal ini sangat memicu konflik dan menjadi alasan kenapa masih banyaknya pelanggaran merah di Indonesia terutama di penjualan secara online. Oleh karena itu para pengusaha yang memiliki merek AC tentunya merasa sangat dirugikan dengan menjamurnya usaha atau penjualan merk palsu oleh para pelaku usaha sebab dalam perdagangan internasional penting terkait dengan peningkatan produk dan identitas barang atau merek jasa bagi konsumen oleh karena itu dapat dikatakan bahwa pelanggaran seringkali terjadi dalam suatu transaksi bisnis secara online bagi para produsen merk lain membedakan dengan produk lain yang sejenis dan juga dengan adanya merek ini dapat membangun citra dari perusahaan.

Penegakan Hukum Bagi Para Pelaku Usaha Yang Melanggar Hak Merk

Dalam perdagangan atau transaksi secara elektronik perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi tentunya memiliki peran yang sangat penting apalagi info teknologi informasi ini memiliki peran dalam pembangunan ekonomi nasional terutama di Indonesia. Karena para pelanggan itu dapat mengakses informasi secara terus-menerus tanpa memperhatikan ruang dan waktu maka dapat dikatakan bahwa kemampuan penjangkauan perdagangan secara elektronik itu lebih besar dibandingkan perdagangan secara konvensional bertatap muka. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kreativitas para pelaku usaha dalam memanfaatkan transaksi elektronik ini sangat diperhatikan. Terkait dengan pelanggaran hak atas merek melalui elektronik dapat dilakukan upaya hukum yakni gugatan secara perdata di mana selain upaya perdata ini juga bisa dilakukan upaya pidana yang mana telah diatur dalam undang-undang terkait dengan merek dan indikasi geografis undang-undang nomor 20 tahun 2016 yang mana terkait dengan ketentuan pidananya itu telah diatur pada pasal 100 sampai pasal 103 hal ini khususnya untuk pengaturan atau perlindungan pelanggaran produk merek orang lain yang tentunya dengan adanya pelanggaran tersebut dapat menurunkan Citra suatu produk pemilik original dari merek tersebut. Selain itu terkait dengan pengaturan perlindungan hak atas merek ini juga diatur dalam undang-undang informasi dan transaksi elektronik nomor 19 tahun 2016 tepatnya pada pasal 25 dan juga pasal 52.

Dengan memperhatikan berbagai ketentuan perundang-undangan terkait dengan hak mereka cipta hak paten dan juga undang-undang nomor 19 tahun 2006 tentang informasi dan transaksi elektronik khususnya pada pasal 25 diatur secara jelas terkait dengan perlindungan pendaftaran hak kekayaan intelektual dalam hal ini adalah hak cipta desain industri dan rahasia dagang lainnya. Dalam transaksi elektronik jelas bahwa merek ini merupakan salah satu yang dilindungi. Apabila merek tersebut dipalsukan oleh para pelaku industri khususnya dalam transaksi secara elektronik maka terdapat sanksi akan tetapi dalam undang-undang nomor 19 tahun 2016 terkait dengan informasi dari transaksi elektronik tidak ada penegasan sesuai dengan hal tersebut. terkait tuntutan pidana yang ada itu ada beberapa jenis yakni tindakan pidana pelanggaran terkait pelaku usaha yang melakukan penyalahgunaan terhadap merek tindak pidana kejahatan dagang dan juga tindak pidana lain yang persamaannya keseluruhannya terkait dengan merek orang lain hal ini sesuai dengan undang-undang merek dan desain industri dalam pasal 100 ayat 1 undang-undang nomor 20 tahun 2016.

Pada dasarnya perlindungan hukum terkait dengan penyalahgunaan merek ini juga telah diatur dalam pasal 100 ayat 1 yang mana adanya sanksi pidana yang paling lama 5 tahun dan juga denda sebanyak 2 miliar. Ada juga sanksi terhadap kejahatan pemalsuan atau persamaan pada pokoknya bagi para pelaku bisnis yang meniru merek terkenal yang diproduksi secara menulis terus dan mendapatkan keuntungan serta merugikan pengusaha produk asli yang ditiru seakan-akan mirip atau memiliki kesamaan dapat dikenakan sanksi pidana yang tercantum di dalam undang-undang tentang merek dan indikasi geografis undang-undang nomor 20 tahun 2016 tepatnya pada pasal 100 ayat 2. Undang-undang tentang merek dan persamaan dapat dipidana paling lama 4 tahun dan denda 2 miliar ketentuan ini spesifik pada pasal 100 ayat 2 yang mana termasuk kejahatan peniruan karya orang lain tanpa hak dalam ini adalah persamaan merek. Pandangan orang lain tentunya akan terpengaruh dengan adanya peniruan merek dagang oleh orang lain yang dilakukan secara sembarangan akan menyebabkan ilusi terhadap merek terkenal tentunya ini sangat merugikan bagi pemilik original dari merek tersebut dan sangat menguntungkan bagi pelaku usaha yang melakukan peniruan atau plagiarisme merek tersebut. Dengan adanya kerugian terkait dengan peniruan merek tersebut dapat juga dilakukan upaya hukum oleh para pelaku perdagangan yang merasa dirikan akan kejahatan tersebut. Adapun upaya hukum yang dapat dilakukan adalah bisa

melakukan gugatan secara perdata di pengadilan yang mana gugatan tersebut sesuai dengan pasal 83 undang-undang tentang merek dan indikasi geografis nomor 20 tahun 2016 terkait dengan gugatan perdata ini dapat diajukan kepada PN niaga dan masuk ke dalam kategori pemilik merek yang mana gugatan ini tentunya dapat meminta ganti rugi atau kompensasi atas kerugian yang diterima pemilik merk ASI akibat ulah yang dilakukan pemilik merek yang meniru dan menyebabkan ilusi konsumen seolah-olah mirip dengan merek original.

KESIMPULAN

Dampak besar dalam peradaban manusia sangatlah terasa Dengan hadirnya internet di tengah masyarakat terutama di Indonesia. Dengan adanya internet manusia terdorong untuk berpikir lebih praktis dengan terbukanya akses yang ada. Sekarang konsep transaksi perdagangan hadir dengan elektronik dan tidak perlu melakukan perdagangan secara konvensional ataupun tatap muka. Bisnis-bisnis baru mulai muncul di tengah masyarakat dengan adanya perdagangan secara elektronik. Pada dasarnya e-commerce ini merupakan salah satu contoh perdagangan secara elektronik yang penggabungannya itu diselenggarakan dengan perdagangan informasi dan jasa dalam suatu komunitas transaksi elektronik. Dengan memperhatikan berbagai ketentuan perundang-undangan terkait dengan hak mereka cipta hak paten dan juga undang-undang nomor 19 tahun 2006 tentang informasi dan transaksi elektronik khususnya pada pasal 25 diatur secara jelas terkait dengan perlindungan pendaftaran hak kekayaan intelektual dalam hal ini adalah hak cipta desain industri dan rahasia dagang lainnya. Dalam transaksi elektronik jelas bahwa merek ini merupakan salah satu yang dilindungi. Undang-undang tentang merek dan persamaan dapat dipidana paling lama 4 tahun dan denda 2 miliar ketentuan ini spesifik pada pasal 100 ayat 2 yang mana termasuk kejahatan peniruan karya orang lain tanpa hak dalam ini adalah persamaan merek. Pandangan orang lain tentunya akan terpengaruh dengan adanya peniruan merek dagang oleh orang lain yang dilakukan secara sembarangan akan menyebabkan ilusi terhadap merek terkenal tentunya ini sangat merugikan bagi pemilik original dari merek tersebut dan sangat menguntungkan bagi pelaku usaha yang melakukan peniruan atau plagiarisme merek tersebut. Oleh karena itu pemerintah harus menyesuaikan dan merevisi beberapa aturan terkait dengan Hak Cipta yang di anggap sudah tidak lagi relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhila, G. (2018). Perlindungan Karya Cipta Lagu Dan/Atau Musik Yang Dinyanyikan Ulang (Cover Song) Di Jejaring Media Sosial Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi B Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 1(2), 222-235.
- Faradz, H. (2008). Perlindungan Hak Atas Merek. *Jurnal Dinamika Hukum*, 8(1), 38-42.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek. *Warta Dharmawangsa*, (56).
- Mirfa, E. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 11(1), 65-77.
- Putra, F. N. D. (2014). Perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek terhadap perbuatan pelanggaran merek. *Mimbar Keadilan*, 240068.
- Syafira, V. T. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Superman Terhadap Pelanggaran Merek. *Jurnal Suara Hukum*, 3(1), 85-114.
- Utama, A., Titawati, T., & Loilewen, A. F. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Lagu Dan Musik Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004. *Ganec Swara*, 13(1), 78-83.