

PERLINDUNGAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI INDONESIA

JESSICA¹ LISTYOWATI SUMANTO²

Fakultas Hukum Universitas Trisakti
Jessicalie2704@gmail.com, listyowati@trisakti.ac.id

Abstract: *The e-commerce trading system changes consumer behavior in making transactions, consumers tend to be more critical and selective in choosing the products they buy. The lack of interaction between consumers and producers physically in e-commerce allows for fraud or errors so it becomes a major concern that needs greater handling. Therefore, legal protection is needed that can protect consumers in e-commerce transactions, one way is through intellectual property protection. Intellectual property protection, especially brands, patents, and copyrights, can provide security and authenticity guarantees for products traded through e-commerce. Through intellectual property protection, it also encourages e-commerce platform owners to be able to implement policies to reduce intellectual property violations. In addition, consumers can also play an active role in enforcing intellectual property protection by reporting sites with content that is suspected of violating intellectual property.*

Keywords: *e-commerce, consumer, intellectual property rights.*

Abstrak: Sistem perdagangan *e-commerce* merubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi, konsumen cenderung menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih produk yang dibelinya. Minimnya interaksi antara konsumen dan produsen secara fisik dalam *e-commerce* memungkinkan adanya kecurangan atau kekeliruan sehingga menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* salah satu caranya melalui perlindungan kekayaan intelektual. Perlindungan kekayaan intelektual khususnya merek, paten, dan hak cipta dapat memberikan jaminan keamanan dan keaslian pada produk yang diperdagangkan melalui *e-commerce*. Melalui perlindungan kekayaan intelektual tersebut juga mendorong pemilik *platform e-commerce* untuk dapat menerapkan kebijakan guna mengurangi pelanggaran kekayaan intelektual. Selain itu, konsumen juga dapat berperan aktif dalam penegakan perlindungan kekayaan intelektual dengan cara melakukan pelaporan situs dengan konten yang diduga melanggar kekayaan intelektual.

Kata Kunci: *e-commerce, konsumen, hak kekayaan intelektual.*

A. Pendahuluan

Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi (Indrajit, 2001). *E-Commerce* merupakan satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik

(Riswandi, 2019).

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *E-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman (Prasetyo, 2005).

Sistem perdagangan *e-commerce* merubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi konsumen akan cenderung menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Disisi lain bagi para penjual atau produsen sistem perdagangan *e-commerce* memiliki dampak positif karena mempermudah pemasaran produk, menghemat pengeluaran serta waktu dalam melaksanakan perdagangan. Minimnya interaksi antara konsumen dan produsen secara fisik dalam *e-commerce* memungkinkan adanya kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Hal tersebut cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya seperti barang yang diterima merupakan barang tiruan atau barang palsu. Guna mencegah hal tersebut diperlukan adanya sistem hukum yang dapat mencegah kerugian yang dapat terjadi bagi konsumen dalam melakukan transaksi di *e-commerce* salah satunya adalah melalui perlindungan kekayaan intelektual.

Kekayaan intelektual adalah hak yang timbul dari hasil olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Pada intinya kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada kreator, inventor, desainer, dan pencipta berkaitan dengan kreasi atau karya intelektual mereka (Modul HKI, 2009). Kekayaan intelektual dapat terwujud bentuk hak eksklusif yang berupa hak cipta dan hak terkait serta hak milik industri yang terdiri dari hak Paten, Merek, Desain Industri, Rahasia Dagang, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Varietas Tanaman.

Perlindungan kekayaan intelektual tersebut pada suatu produk dapat memberikan jaminan kualitas dan mutu terhadap produk yang perjual-belian melalui *e-commerce*. Sehingga apabila dilihat dari bisnis proses *e-commerce* perlu sekali diadakan perhatian dan perlindungan khususnya bagi kekayaan intelektual terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Saat ini terdapat beberapa *e-commerce* besar seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, dan Tiktokshop yang mana telah memiliki kebijakan-kebijakan terkait hak kekayaan intelektual dalam pelaksanaan jual beli melalui *platform* masing-masing. Namun, hal tersebut masih menjadi permasalahan karena masih banyak produsen atau toko yang menjual produk dengan muatan pelanggaran kekayaan intelektual. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis akan membahas permasalahan yaitu: Bagaimana perlindungan hukum kekayaan intelektual dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia? Bagaimana hukum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia?

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada tulisan ini adalah penelitian hukum normatif. Sebagai suatu penelitian yuridis normative, maka penelitian ini berbasis pada analisis norma hukum, hukum dalam arti tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law as it is written*

in the books). Dengan demikian obyek yang dianalisis adalah norma hukum, baik dalam peraturan perundang-undangan. Pemahaman yang mendalam mengenai norma-norma serta pengaturan tentang transaksi *e-commerce* dikaji dengan mendasarkan Undang-Undang *E-commerce* atau perdagangan elektronik, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan pelaksanaannya. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara *in concreto*, sistematika hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum (Muhammad, 2004). Penelitian ini bersifat deskriptif, menggunakan data sekunder, dan dianalisis secara kualitatif. Penarikan kesimpulan menggunakan logika deduktif yaitu cara berpikir yang menarik kesimpulan khusus dari pernyataan umum.

C. Hasil dan Pembahasan

Sistem hukum merupakan kesatuan dalam sistem hukum tidak ada peraturan hukum yang bertentangan dengan peraturan-peraturan hukum lain dari sistem itu (Kurniawan, 2007). Selanjutnya menurut Lawrence M Friedman dalam bukunya yang berjudul “*The Legal System A Social Science Perspective*” yang menyatakan ada tiga unsur dalam pembentukan sistem hukum yaitu: (Friedman, 1975)

- a. Struktur Hukum (*Legal Structure*). Struktur hukum merupakan komponen atau organ yang bergerak di dalam suatu institusi, struktur hukum merupakan komponen yang bergerak dalam pembuatan peraturan ataupun dalam penerapan atau pelaksanaan peraturan. Pada unsur ini diisi oleh Lembaga, organisasi, mekanisme dan aparat hukum seperti Hakim, Jaksa, Polisi, pengacara.
- b. Substansi Hukum (*Legal Substance*). Substansi merupakan suatu hal yang dikerjakan dan dihasilkan oleh legislator, yang berupa peraturan perundang-undangan, putusan dan ketetapan, dan juga seluruh aturan yang di luar kitab undang-undang. Adanya keterlibatan masyarakat dalam pembentukan suatu undang-undang akan memberikan dampak terhadap efektivitas pemberlakuan dari undang-undang tersebut. Sebagaimana dikatakan oleh Yuliandri, bahwa tidak ada gunanya suatu undang-undang yang tidak dapat dilaksanakan atau ditegakkan.
- c. Budaya Hukum (*Legal Culture*). Budaya hukum adalah nilai, pemikiran, serta harapan atas kaidah atau norma dalam kehidupan sosial masyarakat (Purba, 2017). Budaya hukum yang telah ada sewaktu-waktu dapat berubah, budaya hukum mengikuti perubahan berdasarkan perkembangan zaman. Hal ini terjadi ketika suatu masyarakat berkembang kesadarannya, hukum yang ada tidak lagi dapat menjadi tombak keadilan bagi masyarakat. Budaya hukum erat kaitannya dengan kesadaran hukum masyarakat. Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat maka akan tercipta budaya hukum yang baik dan dapat merubah pola pikir masyarakat mengenai hukum selama ini. Secara sederhana, tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum (Wahyudi, 2012).

Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Transaksi *E-Commerce*. Kekayaan intelektual pada prinsipnya memiliki fungsi dan tujuan yaitu: (Sulastri) a) Sebagai perlindungan hukum; b) Mengantisipasi dan juga mencegah terjadinya pelanggaran atas

kekayaan intelektual milik orang lain; c) Meningkatkan kompetisi, khususnya dalam hal komersialisasi kekayaan intelektual. dan berinovasi, dan bisa mendapatkan apresiasi dari masyarakat; d) Meningkatkan daya saing produk; e) Menjamin keamanan produk; f) Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan strategi penelitian, industri yang ada di Indonesia.

Dari beberapa fungsi dan tujuan kekayaan intelektual tersebut dalam kaitannya dengan transaksi *e-commerce* adalah menjamin keamanan produk, hal tersebut pada prinsipnya dapat dilihat dari beberapa rezim kekayaan intelektual. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis, merek yang merupakan suatu tanda yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa menjadi wajah utama dari suatu produk yang diperdagangkan. Merek juga dapat diartikan sebagai tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain (Sumarno, 1989), seperti penggunaan cap dan tanda lainnya yang memiliki daya pembeda sehingga dapat membedakan barang milik seseorang dan milik orang lain yang memiliki persamaan. Bukan hanya itu merek juga merupakan suatu atribut produk yang dianggap penting terutama dalam menumbuhkan persepsi positif, dan konsumen akan percaya setelah menilai atribut yang dimiliki suatu merek, persepsi yang positif dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tersebut akan menciptakan citra merek. Pada akhirnya merek merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli khususnya dalam transaksi *e-commerce*. Hak atas merek adalah suatu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dengan demikian berarti tidak seorangpun dibenarkan untuk menggunakan ataupun menciptakan merek yang sama dengan merek milik orang lain karena hak eksklusif itu melindungi daripada pemegang merek tersebut hal ini juga diterapkan pada transaksi *e-commerce*. Sehingga dapat memastikan barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang orisinal. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, paten yang merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk slama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya. Dengan kata lain paten memiliki 2 unsur yaitu: (Margono, 2010)

- a. Hak Khusus yang diberikan Negara kepada penemu (yaitu pemegang paten);
- b. Hak Khusus untuk:
 - 1) Melaksanakan sendiri penemuan tersebut: dalam literature kegiatan ini, diistilahkan sebagai paten proses yaitu berupa hak penemu menggunakan proses produksi (*production procces*); atau
 - 2) Memberikan persetujuan kepada orang lain untuk melaksanakan; dalam literatur kegiatan ini diistilahkan sebagai paten produk yaitu berupa hak penemu misalnya hak menjual, mengimpor, menyewakan, dan sebagainya hasil produksi (*product*) yang memberi paten.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa paten juga bisa menjadi koridor untuk mencegah peredaran barang palsu yang dilakukan oleh orang yang tidak memiliki hak paten khususnya dalam transaksi *e-commerce*. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, hak cipta yang merupakan hak eksklusif atau yang hanya dimiliki si

pencipta atau pemegang Hak Cipta untuk mengatur penggunaan hasil karya atau hasil olah gagasan atau informasi tertentu. Pada dasarnya, hak cipta merupakan "hak untuk menyalin suatu ciptaan" atau hak untuk menikmati suatu karya. Hak cipta juga sekaligus memungkinkan pemegang hak tersebut untuk membatasi pemanfaatan, dan mencegah pemanfaatan secara tidak sah atas suatu ciptaan. Mengingat hak eksklusif itu mengandung nilai ekonomis yang tidak semua orang bisa membayarnya, maka untuk adilnya hak eksklusif dalam hak cipta memiliki masa berlaku tertentu yang terbatas (Sitanggung, 2008). Pemanfaatan tidak sah pada transaksi *e-commerce* dapat dilihat dari banyaknya barang yang memanfaatkan karya cipta orang lain yang dilindungi sebagai contoh kaos dengan gambar pahlawan marvel, sehingga perlindungan hak cipta juga menjadi suatu hal yang penting dalam transaksi *e-commerce*.

Pada ketiga rezim kekayaan intelektual yang telah disebutkan sebelumnya yaitu merek, paten, dan hak cipta dikenal mekanisme yang disebut lisensi. Pada umumnya lisensi merupakan pemberian izin oleh pemegang kekayaan intelektual baik yang berupa Paten, Merek, Hak Cipta, Rahasia Dagang, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Perlindungan Varietas Tanaman (PVT) kepada pihak lain berdasarkan perjanjian pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi, menggunakan seluruh atau sebagian hak, mengumumkan dan/atau memperbanyak ciptaan dari suatu Hak Atas Kekayaan Intelektual yang diberi perlindungan dalam jangka waktu dan syarat tertentu (Suryomurcito, 2006). Dengan mekanisme pemberian lisensi tersebut pada prinsipnya orang lain yang bukan pemegang merek, paten, maupun hak cipta dapat menjalankan hak eksklusifnya salah satunya adalah melakukan jual beli terhadap produk yang dilindungi merek, paten, dan hak cipta atas persetujuan pemegang hak yang sah.

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik diatur oleh beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah, di antaranya:

- 1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik: Mengatur aspek-aspek teknis dari transaksi elektronik.
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Mengatur perlindungan konsumen dan menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Tujuan hukum perlindungan konsumen adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri dan menimbulkan rasa tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.
- 3) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan: Mengatur (1) perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, (2) Tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara; (3) Sanksi administratif bagi penyedia jasa yang tidak memiliki tenaga teknis yang kompeten; (4) Pengakuan kompetensi tenaga teknis dari negara lain berdasarkan perjanjian saling pengakuan secara bilateral atau regional; (5) Kegiatan perdagangan antarpulau untuk integrasi Pasar dalam negeri.
- 4) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik: Mengatur segala hal terkait transaksi dan informasi elektronik, aspek-

aspek teknis dari transaksi elektronik, mengatur perlindungan data pribadi konsumen dalam aktivitas *e-commerce*. Undang-undang ini mewajibkan pelaku usaha *e-commerce* untuk menjamin kerahasiaan dan keamanan informasi sensitif konsumen.

- 5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 6) Undang-Undang Nomor No. 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,
- 7) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik: Mengatur pokok-pokok transaksi *e-commerce*, termasuk pelaku usaha, perizinan, dan pembayaran. Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik untuk mendorong perkembangan *e-commerce* (niaga elektronik atau niaga-el) yang berkelanjutan di tanah air.

Transaksi *e-commerce* telah diakui Dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah setiap perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti, yaitu persetujuan jual-beli (diperdagangan) antara dua pihak. Pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik yang dimaksud disini adalah persetujuan jual-beli dalam perdagangan yang dilakukan antara dua/lebih pihak melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya dengan cara lebih baik dan efisien. Tidak ada batasan bagi konsumen untuk membeli produk lalu menjualnya kembali ataupun membeli suatu produk untuk dikonsumsi olehnya sehingga pengertian perdagangan yang tercantum dalam KUHD dan KUHPdata berlaku untuk perdagangan elektronik (*e-commerce*) (Koynja, 2019).

Lebih lanjut, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diatur mengenai beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat tiga kategori peran yang terdapat dalam transaksi *e-commerce* yaitu adalah pelaku usaha, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik, dan penyelenggara sarana draf perantara;
2. Perizinan khusus terkait perdagangan elektronik yang diterbitkan meteri perdagangan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; dan
3. Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan kontrak digital yang berisi detail produk dan pembayaran, termasuk toko daring atau marketplace dari luar negeri, dan dikenakan pajak.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* pada prinsipnya memiliki perlindungan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dalam ketentuan tersebut mendefinisikan hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai

masalahnya dengan para penyedia barang dan/ atau jasa konsumen. Hubungan hukum yang terjadi antara pihak penyedia barang dan/ atau jasa dengan pihak konsumen pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab. Suatu tanggung jawab pada prinsipnya sama, yaitu merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Norma dasar kemudian merumuskan kewajiban untuk mengikuti peraturan hukum, dan mempertanggungjawabkan kewajiban untuk mengikuti aturan-aturan hukum tersebut. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak terlaksananya kewajiban hukum pada jenis transaksi dengan berbagai medium. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan harus jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan dibidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional. Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berda dalam suatu yuridiksi negara tertentu saja. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen (Bernada, 2017). Hubungan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut pada prinsipnya tidak hanya melindungi konsumen pada transaksi yang dilakukan secara konvensional saja namun juga melindungi para konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*.

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dalam Pasal 65 telah mengatur mengenai perdagangan secara elektronik, yang mana dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media online, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen. Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku dagang usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjual belikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku dagang dan usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan (Prasetya, 2022).

Hukum *e-commerce* juga mencakup perlindungan hak kekayaan intelektual yang terkait dengan perdagangan elektronik, seperti hak cipta, merek dagang, dan paten. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya perlindungan merek, paten, dan hak cipta merupakan sistem yang tepat dalam melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Namun, guna memperkuat perlindungan tersebut terhadap konsumen peran dari penyedia *platform e-commerce* sangat dibutuhkan. Pada prinsipnya beberapa *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, dan Tiktokshop telah memiliki kebijakan terkait perlindungan kekayaan intelektual untuk memberikan kenyamanan bagi para konsumen yang menggunakannya. Salah satunya pada Blibli sudah mengadakan perjanjian kerjasama penjual dimana mereka

hanya memasarkan dan menjual produk asli serta legal sesuai regulasi tanpa melanggar kekayaan intelektual milik pihak lain. Blibli menyediakan pusat informasi bagi para penjual dari situs resmi Blibli. Lebih jauh lagi, Blibli memberikan edukasi kepada penjual untuk menggunakan jasa pendaftaran merek dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Apabila terjadi pelanggaran kekayaan intelektual, Blibli dapat menindak tegas dengan memberikan penalti atau sanksi untuk mempengaruhi reputasi penjual, *take down, suspend* produk hingga tutup akun pengguna secara permanen (Blibli). Upaya-upaya yang dilakukan tersebut pada prinsipnya untuk melindungi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Dalam Pasal 10 dan Pasal 114 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta pada pokoknya menyatakan bahwa “Setiap Orang yang mengelola tempat perdagangan dalam segala bentuknya yang dengan sengaja dan mengetahui membiarkan penjualan dan/atau penggandaan barang hasil pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah)”. Dalam ketentuan tersebut terlihat bahwa pengelola tempat perdagangan yang dimaksud merupakan pengelola tempat perdagangan yang bertanggung jawab atas tempat penjualan dan/atau pelanggaran hak cipta di pusat tempat perbelanjaan yang dikelolanya. Tempat perdagangan ini tidak boleh dimaknai sempit menjadi hanya tempat perdagangan yang eksis secara fisik seperti pasar tradisional atau mall. Tempat perdagangan di era digital ini juga termasuk tempat perdagangan elektronik seperti marketplace. Sehingga pihak marketplace harus tunduk pada ketentuan tersebut.

Dari sisi konsumen berdasarkan Peraturan Bersama Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 14 Tahun 2015 dan Nomor 26 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Penutupan Konten dan/atau Hak Akses Pengguna Pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait Dalam Sistem Elektronik, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2), Laporan yang dimaksud diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia yang ditujukan kepada menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum melalui Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual atau melalui sarana elektronik melalui aplikasi laporan yang tersedia pada situs resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan melampirkan persyaratan:

- a. Identitas pelapor;
- b. Bukti hak atas ciptaan dan/atau produk hak terkait;
- c. Alamat situs;
- d. Jenis dan/atau nama konten yang melanggar hak cipta dan/atau hak terkait;
- e. Jenis pelanggaran; dan
- f. Keterangan lain terkait konten yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak Terkait.

Laporan tersebut perlu juga dilengkapi dengan:

- a. Fotokopi identitas pelapor;
- b. Fotokopi bukti kepemilikan hak;
- c. Dokumen alamat situs;
- d. Dokumen mengenai pelanggaran atas Hak Cipta dan/ atau Hak Terkait;
- e. Surat kuasa jika laporan dilakukan melalui kuasa; dan
- f. Dokumen lain yang terkait.

Setelah laporan diterima selanjutnya akan dibentuk tim verifikasi, anggotanya terdiri dari unsur kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang hukum, di bidang komunikasi dan informatika, serta Asosiasi terkait dengan hak cipta dan/atau hak terkait. Verifikasi terhadap laporan tersebut dilakukan dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak tanggal laporan dicatat dalam register. Hasil verifikasi tersebut apabila ditemukan cukup bukti dan dianggap memenuhi unsur pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait, tim verifikasi membuat rekomendasi yang berupa penutupan sebagian atau seluruh konten yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak Terkait dalam sistem elektronik atau menjadikan layanan sistem elektronik tidak dapat diakses. Rekomendasi tersebut disampaikan oleh Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual atas nama menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum dalam jangka waktu paling lama 1x24 jam (satu kali dua puluh empat jam) terhitung sejak tanggal rekomendasi ditandatangani kepada Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika melalui Jenderal Aplikasi Informatika untuk selanjutnya dilakukan penutupan konten dan/atau hak akses terhadap konten bermuatan pelanggaran hak cipta. Dengan mekanisme ini pemegang hak cipta atau konsumen dapat melakukan pelaporan penutupan situs bilamana menemukan adanya konten yang melanggar kekayaan intelektual didalamnya.

Lebih lanjut apabila dilihat dari *platform e-commerce* Shopee, Tokopedia, Blibli, dan Tiktokshop telah terdapat mekanisme penutupan toko yang mana diduga melakukan pelanggaran terhadap kekayaan intelektual dengan cara melaporkan produk yang diduga melakukan: a) Penjualan produk palsu, imitasi, atau replica; b) Menjual produk yang mengimitasi desain atau bentuk/logo yang ikonik/unik; dan c) Mengandung merek dagang yang terdaftar tanpa izin dari pemilik merek dagang. Dari penjelasan tersebut apabila dilihat secara struktur hukum dan substansi hukum perlindungan kekayaan intelektual terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* telah diterapkan dengan baik. Dengan lengkapnya prangkat hukum yang ada dalam melindungi konsumen pada transaksi *e-commerce* maka perlindungan konsumen terhadap transaksi *e-commerce* dapat berjalan dengan maksimal. Namun, dari sisi budaya hukum masih perlu ditingkatkan, masih terdapatnya penjual yang mengenyampingkan perlindungan kekayaan intelektual dalam melaksanakan transaksi *e-commerce* maka diperlukan adanya tindakan tegas dari pemerintah dan pemilik platform untuk dapat mencegah penjualan produk palsu atau ilegal tersebut.

D. Penutup

Perlindungan hukum kekayaan intelektual dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia pada prinsipnya dapat dilakukan melalui perlindungan merek, paten, dan hak cipta. Perlindungan kekayaan intelektual pada prinsipnya bertujuan sebagai perlindungan hukum serta menjamin keamanan dan keaslian dari produk yang dijual melalui transaksi *e-commerce*. Hukum kekayaan intelektual pada prinsipnya memiliki mekanisme-mekanisme dalam penegakannya seperti penutupan situs dengan konten yang diduga melanggar kekayaan intelektual serta mekanisme penegakan hukum lainnya guna memberikan rasa aman bagi perlindungan hukum konsumen dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Daftar Pustaka

Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Dedi Riswandi, Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Econetica*, Vol.1 No.1. (2019). DOI: <https://doi.org/10.0602/econetica.v1i1.80>.
- Dewa Gede Ananta Prasetya, *Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online*, Jurnal KONstruksi Hukum, Vol.3, No.2 (2002), DOI: <https://doi.org/10.22225/jkh.3.2.4838.365-370>.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Kekayaan Intelektual Komunal*, Jurnal Civics, Vol 14, No 2 (2017). DOI: <https://doi.org/10.21831/civics.v14i2.16050>.
- Gunawan Suryomurcito, S.H., *Laporan Akhir Tentang Kompilasi Bidang Hukum Perjanjian Lisensi*, Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2006.
- Harris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-Beluknya*, Jakarta: Erlangga Group, 2008.
- Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek*, Jakarta: Akademika Pressindo, 1989.
- Iman Pasu Marganda Hadiarto Purba, *Penguatan Budaya Hukum Masyarakat Untuk Menghasilkan Kewarganegaraan Transformatif*, 2017.
- Johannes Johny Koynja, *Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Oleh Pelaku Usaha E-Commerce Dalam Memenuhi Target Penerimaan Perpajakan*, Jurnal Kompilasi Hukum Vol. 4 No. 2, (2019) DOI: <https://doi.org/10.29303/jkh.v4i2.19>
- Lawrence M. Friedman, *the Legal System: A Social Science Perspective*, New York: Russel Sage Foundation, 1975.
- Lusia Sulastri, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 2021.
- Mahendra Kurniawan, dkk. *Pedoman Naskah Akademik Perda Partisipatif*, Yogyakarta: Kreasi Total Media, 2007.
- Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001.
- Slamet Tri Wahyudi, Problematika Penerapan Pidana Mati Dalam Konteks Penegakan Hukum Di Indonesia, Jurnal Hukum dan Peradilan, Vol 1, No 2 (2012) DOI: <http://dx.doi.org/10.25216/jhp.1.2.2012.207-234>
- Suyud Margono, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, Bandung: Nuansa Aulia, 2010.
- Tetanoë Bernada, *Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia*, Jurnal Hukum dan Peradilan, Vo.6 No. 1, 2017.