

## **Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap E-Commerce**

**Fabio Gennaro<sup>1</sup>, Melsa Oktapiansyah<sup>2</sup>, Fitri Novianti<sup>3</sup>, Putri Pribby Trada<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Nusa Putra, Indonesia*

**Received : 8 Januari 2026, Revised : 22 Januari 2026, Published : 27 Januari 2026**

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Melsa Oktapiansyah

**E-mail:** [melsaokta65@gmail.com](mailto:melsaokta65@gmail.com)

### **Abstrak**

*Transformasi digital telah membawa perubahan fundamental dalam sistem perdagangan global melalui pemanfaatan platform perdagangan elektronik (e-commerce). Perkembangan ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi yang signifikan, tetapi juga melahirkan berbagai tantangan hukum baru, khususnya dalam perlindungan hak atas merek dagang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas perlindungan hukum merek dagang di era digital berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta mengidentifikasi kendala dan strategi penguatan penegakan hukumnya dalam ekosistem perdagangan elektronik. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan analitis-komparatif. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, literatur hukum, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta putusan pengadilan terkait sengketa merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara normatif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah menyediakan kerangka perlindungan hukum yang relatif komprehensif, namun implementasinya di ranah digital masih menghadapi berbagai kendala struktural, teknis, dan kultural. Oleh karena itu, diperlukan penguatan mekanisme administratif, peningkatan koordinasi antar lembaga, serta peran aktif platform e-commerce guna menciptakan sistem perlindungan merek yang adaptif, efektif, dan berkeadilan.*

**Kata kunci** - perlindungan merek, E-commerce, Era digital, Hukum kekayaan intelektual, Undang-Undang Merek

### **Abstract**

*Digital transformation has brought fundamental changes to the global trading system through the use of electronic trading platforms (e-commerce). This development has not only created significant economic opportunities, but also given rise to various new legal challenges, particularly in the protection of trademark rights. This study aims to analyze the effectiveness of trademark legal protection in the digital era based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications and to identify obstacles and strategies for strengthening law enforcement in the electronic trading ecosystem. The research method used is normative legal research with a legislative, conceptual, and analytical-comparative approach. Data was obtained through a literature study of legislation, legal literature, national and international scientific journals, and court decisions related to trademark disputes. The results of the study show that normatively, Law Number 20 of 2016 provides a relatively comprehensive legal protection framework, but its implementation in the digital realm still faces various structural, technical, and cultural obstacles. Therefore, it is necessary to strengthen administrative mechanisms,*

improve coordination between institutions, and encourage the active role of e-commerce platforms in order to create an adaptive, effective, and equitable trademark protection system.

**Keywords** - Trademark protection, E-commerce, Digital era, Intellectual property law, Trademark Law

**How To Cite** : Gennaro, F., Oktapiansyah, M., Novianti, F., & Trada, P. P. (2026). Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap E-Commerce. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(8), 1492–1500. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i8.725>  
**Copyright** ©2026 Fabio Gennaro, Melsa Oktapiansyah, Fitri Novianti, Putri Pribby Trada

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology/ICT*) telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu bidang yang paling terdampak adalah sektor perdagangan, di mana munculnya perdagangan elektronik (e-commerce) memungkinkan transaksi jual beli dilakukan dengan cepat, efisien, dan lintas wilayah tanpa batas ruang dan waktu. Fenomena ini berkembang pesat di Indonesia, terutama dalam satu dekade terakhir, seiring meningkatnya penetrasi internet dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital.

Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul berbagai tantangan hukum baru, khususnya terkait perlindungan merek dagang. Merek memiliki peranan penting sebagai identitas dan pembeda produk atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Lebih dari itu, merek juga berfungsi sebagai aset ekonomi yang mencerminkan reputasi dan nilai komersial suatu perusahaan. Dalam praktiknya, perkembangan e-commerce justru meningkatkan risiko pelanggaran merek, seperti penggunaan merek tanpa izin, penjualan produk tiruan, penggunaan logo yang menyerupai merek terkenal, hingga penyalahgunaan nama domain. Hal ini menimbulkan kerugian ekonomi bagi pemilik merek yang sah dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk asli.

Pihak-pihak yang paling terdampak oleh persoalan ini adalah pemilik merek terdaftar, pelaku usaha digital, konsumen, serta aparat penegak hukum. Keempat unsur tersebut memiliki peran saling berkaitan dalam menjaga integritas merek di ruang digital. Pemerintah Indonesia sendiri telah berupaya memberikan perlindungan hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menjadi dasar hukum pendaftaran dan perlindungan merek dagang. Namun demikian, perkembangan teknologi dan pola transaksi elektronik menimbulkan tantangan baru yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam peraturan tersebut. Misalnya dalam aspek penegakan hukum di ruang digital, pembuktian pelanggaran online, serta tanggung jawab platform e-commerce terhadap produk yang dijual di sistem mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan normatif yuridis, untuk menganalisis efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek dagang di era digital. Penelitian ini juga mengidentifikasi implikasi hukum bagi pelaku usaha e-commerce serta menyusun rekomendasi penguatan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur hukum mengenai perlindungan merek dalam konteks digital. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pemilik merek dalam memperkuat sistem perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek di dunia digital yang semakin kompleks.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dalam pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana ketentuan hukum mengenai perlindungan merek dagang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

2. Sejauh mana efektivitas penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek dagang di era digital, khususnya pada kegiatan e-commerce?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran merek dagang di ranah digital dan bagaimana langkah penguatan perlindungan hukumnya agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual**

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya merek dagang, berangkat dari prinsip bahwa merek merupakan hak eksklusif yang memiliki nilai ekonomi dan reputasi (goodwill). Menurut teori reward dan incentive, perlindungan hukum terhadap merek bertujuan memberikan penghargaan dan insentif kepada pelaku usaha agar terus berinovasi dan menjaga kualitas produk atau jasanya. Tanpa perlindungan hukum yang memadai, pemilik merek berpotensi mengalami kerugian ekonomi akibat praktik pemalsuan dan penggunaan tanpa hak.

Dalam konteks perdagangan digital, perlindungan merek tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan juga harus menjangkau ruang siber yang memiliki karakter lintas batas, anonim, dan berkecepatan tinggi. Oleh karena itu, rezim perlindungan HKI dituntut untuk bersifat adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi agar mampu memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek sekaligus melindungi konsumen.

### **Teori Efektivitas Hukum**

Penelitian ini menggunakan Teori Efektivitas Hukum yang dikemukakan oleh Lawrence M. Friedman sebagai kerangka analisis. Friedman menyatakan bahwa efektivitas hukum ditentukan oleh tiga unsur utama, yaitu struktur hukum (legal structure), substansi hukum (legal substance), dan budaya hukum (legal culture). Struktur hukum berkaitan dengan kinerja lembaga penegak hukum, substansi hukum mencakup kualitas norma dan peraturan perundang-undangan, sedangkan budaya hukum merujuk pada sikap dan kesadaran masyarakat terhadap hukum.

Dalam konteks perlindungan merek di era e-commerce, ketiga unsur tersebut saling berkaitan. Meskipun substansi hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah cukup komprehensif, lemahnya struktur penegakan hukum siber serta budaya hukum masyarakat yang masih permisif terhadap produk tiruan menyebabkan perlindungan merek belum berjalan efektif.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang berfokus pada kajian terhadap hukum tertulis (law in books) dan asas-asas hukum yang berlaku. Tujuannya adalah untuk memahami, menafsirkan, dan menganalisis norma-norma hukum yang mengatur perlindungan merek dagang di Indonesia, terutama dalam konteks perkembangan teknologi digital dan kegiatan e-commerce.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif yuridis, yaitu pendekatan yang menelaah hukum sebagai norma tertulis yang berlaku secara formal. Fokus utama penelitian ini terletak pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, beserta peraturan pelaksana dan ketentuan lain yang relevan. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji doktrin hukum serta putusan pengadilan yang berkaitan dengan kasus pelanggaran merek dalam transaksi digital.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan (library research), yang meliputi:

1. Analisis terhadap peraturan perundang-undangan nasional dan internasional yang mengatur perlindungan merek.
2. Kajian terhadap literatur hukum, jurnal akademik, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.
3. Telaah terhadap putusan pengadilan yang menangani sengketa merek di platform e-commerce.
4. Studi terhadap praktik perlindungan merek di beberapa negara sebagai bahan perbandingan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dan komparatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan isi dan makna norma hukum yang berlaku dalam sistem hukum Indonesia, sedangkan analisis komparatif digunakan untuk membandingkan efektivitas regulasi perlindungan merek di Indonesia dengan regulasi di negara lain. Melalui analisis ini, penelitian diharapkan mampu menilai sejauh mana hukum positif di Indonesia dapat memberikan perlindungan yang efektif terhadap pemilik merek dalam ekosistem perdagangan elektronik yang berkembang pesat di era digital.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Ketentuan Hukum Perlindungan Merek Dagang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016**

Perlindungan hukum terhadap merek dagang di Indonesia diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Pasal 1 angka 1 UU Merek mendefinisikan merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Definisi ini menunjukkan bahwa hukum merek Indonesia telah mengakomodasi perkembangan bentuk merek yang relevan dengan dinamika perdagangan modern.

Hak atas merek bersifat eksklusif dan baru timbul setelah merek tersebut didaftarkan, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 3 UU Merek. Pemegang hak merek memiliki kewenangan untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi. Perlindungan merek diberikan untuk jangka waktu sepuluh tahun sejak tanggal penerimaan permohonan dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama, sebagaimana diatur dalam Pasal 35 UU Merek. Ketentuan ini memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dalam menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan.

Dalam rangka penegakan hukum, UU Merek menyediakan mekanisme perlindungan represif melalui gugatan perdata dan sanksi pidana. Pasal 83 UU Merek memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan ganti rugi dan/atau penghentian seluruh perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tanpa hak. Selain itu, Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 mengatur ancaman pidana terhadap pihak yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar. Dengan demikian, secara normatif UU Merek telah membangun kerangka perlindungan hukum yang kuat dan menyeluruh bagi pemilik merek dagang.

### **B. Efektivitas Penerapan UU Nomor 20 Tahun 2016 dalam Perlindungan Merek Dagang di Era Digital dan E-Commerce**

Penerapan UU Merek di era digital, khususnya dalam konteks kegiatan e-commerce, menunjukkan tingkat efektivitas yang masih bersifat terbatas. Di satu sisi, UU Merek telah mengakomodasi pemanfaatan teknologi informasi, antara lain melalui sistem pendaftaran merek secara elektronik yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Digitalisasi ini mempermudah pelaku usaha dalam memperoleh perlindungan hukum atas mereknya dan mencerminkan adanya upaya adaptasi regulasi terhadap perkembangan teknologi.

Namun, dalam praktiknya, pelanggaran merek justru banyak terjadi di platform e-commerce. Karakteristik perdagangan digital yang bersifat terbuka, cepat, dan lintas wilayah mempermudah pelaku pelanggaran untuk menggunakan merek terkenal tanpa izin, baik melalui penjualan barang tiruan maupun penggunaan nama merek dalam etalase toko daring. Penelitian Haryono (2022) menunjukkan bahwa sebagian besar laporan pelanggaran merek di platform e-commerce belum dapat diselesaikan secara optimal karena lemahnya koordinasi antara DJKI, aparat penegak hukum, dan penyelenggara platform. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan implementasinya di lapangan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas UU Merek dalam melindungi merek dagang di era e-commerce masih bersifat parsial. Secara normatif, regulasi telah memberikan dasar hukum yang memadai, namun dari sisi implementasi masih menghadapi berbagai hambatan teknis dan kelembagaan sehingga tujuan perlindungan hukum belum sepenuhnya tercapai.

### **C. Kendala Penegakan Hukum dan Upaya Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Ranah Digital**

Penegakan hukum terhadap pelanggaran merek dagang di ranah digital menghadapi sejumlah kendala. Pertama, terdapat kesulitan dalam mengidentifikasi pelaku pelanggaran karena penggunaan identitas palsu, akun anonim, dan server lintas negara. Kedua, belum adanya standar prosedur baku yang seragam antara DJKI dan platform e-commerce dalam menindaklanjuti laporan pelanggaran merek menyebabkan proses penanganan sering berlangsung lambat. Ketiga, pembuktian pelanggaran merek di ruang digital memerlukan bukti elektronik yang harus memenuhi syarat keabsahan hukum, sehingga menambah kompleksitas proses penegakan hukum. Keempat, kewenangan aparat penegak hukum masih terbatas dalam melakukan tindakan cepat, seperti pemblokiran konten atau toko daring yang melanggar hukum.

Untuk memperkuat perlindungan hukum merek dagang agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, diperlukan langkah-langkah strategis. Pertama, penguatan mekanisme notice and takedown yang terintegrasi dan terstandarisasi antara DJKI dan penyelenggara e-commerce dengan dukungan sistem verifikasi identitas penjual berbasis sertifikat elektronik. Kedua, perluasan kewenangan administratif DJKI untuk merekomendasikan pemblokiran konten atau akun yang terbukti melanggar hak merek. Ketiga, peningkatan sinergi antara DJKI, aparat penegak hukum siber, dan penyelenggara platform melalui kerja sama formal yang mengatur pertukaran data dan dukungan pembuktian digital. Keempat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia aparat penegak hukum dan hakim melalui pelatihan berkelanjutan terkait teknologi informasi dan alat bukti elektronik.

Langkah-langkah penguatan tersebut sejalan dengan prinsip kepastian hukum dan perlindungan hak kekayaan intelektual sebagai bagian dari perlindungan hak konstitusional warga negara. Dengan penguatan tersebut, diharapkan penerapan UU Merek dapat menjadi lebih efektif dan responsif dalam menghadapi tantangan pelanggaran merek dagang di era e-commerce.

### **Analisis Hasil Penelitian**

Hasil analisis normatif yuridis terhadap Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menunjukkan bahwa meskipun secara tekstual regulasi ini telah memberikan fondasi yang komprehensif, implementasinya di ranah digital masih menghadapi tantangan efektivitas yang besar. Secara fundamental, undang-undang ini telah berhasil memperluas cakupan definisi merek melalui Pasal 1 angka 1 yang tidak hanya terpaku pada aspek grafis konvensional, namun juga menjangkau elemen modern seperti hologram dan suara. Perluasan definisi ini mencerminkan upaya legislatif untuk menyelaraskan hukum nasional dengan dinamika perdagangan global yang semakin visual dan auditif di era teknologi informasi. Hak eksklusif yang lahir dari sistem pendaftaran konstitutif, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 3 UU Merek, seharusnya menjadi instrumen kepastian hukum bagi pemilik merek untuk mempertahankan reputasi ekonomi



mereka dari ancaman pemalsuan yang merugikan. Namun, dalam praktiknya, efektivitas UU Merek ini justru sering kali tereduksi oleh karakteristik perdagangan digital yang bersifat lintas wilayah dan anonim, sehingga memunculkan kesenjangan yang signifikan antara apa yang tertulis dalam norma hukum dengan kenyataan penegakan hukum di lapangan.

Kesenjangan ini terlihat jelas apabila kita menelaah mekanisme perlindungan represif yang ditawarkan oleh undang-undang, seperti hak mengajukan gugatan ganti rugi melalui Pasal 83 atau ancaman pidana dalam Pasal 100 sampai 102 bagi pihak yang menggunakan merek yang sama secara keseluruhan atau memiliki persamaan pada pokoknya. Secara normatif, instrumen ini tampak sangat kuat karena mampu menjerat pelaku pelanggaran demi menjaga integritas merek di ruang digital. Akan tetapi, dalam ekosistem perdagangan elektronik (e-commerce), penerapan pasal-pasal tersebut sering kali terbentur pada masalah yurisdiksi dan beban pembuktian yang berat. Pemilik merek tidak hanya harus membuktikan adanya pelanggaran, tetapi juga harus menghadapi realitas bahwa pelaku sering kali beroperasi di balik identitas palsu, akun anonim, dan server lintas negara yang sulit dilacak oleh aparat penegak hukum konvensional. Analisis lebih mendalam mengungkapkan bahwa kendala utama dalam memproteksi merek di platform e-commerce berakar pada kerumitan teknis identifikasi pelaku dan validasi bukti elektronik yang sering kali belum mencapai standar keabsahan hukum yang diminta dalam persidangan. Bukti digital seperti tangkapan layar atau data transaksi elektronik harus memenuhi syarat integritas dan otentisitas sesuai dengan kaidah forensik digital, yang dalam banyak kasus sengketa merek sering dianggap lemah atau mudah dimanipulasi oleh pihak lawan.

Kondisi ini diperparah oleh koordinasi yang bersifat parsial antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), aparat penegak hukum siber, dan penyelenggara platform digital, yang menyebabkan penanganan laporan pelanggaran merek cenderung lambat dan tidak optimal. Lemahnya koordinasi ini menciptakan celah bagi pelaku pelanggaran untuk terus menduplikasi akun atau etalase toko daring meskipun telah dilakukan tindakan penurunan konten sebelumnya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penguatan perlindungan merek di masa depan tidak bisa hanya mengandalkan pendekatan represif semata, melainkan harus melibatkan reformasi administratif yang lebih adaptif dan proaktif. Integrasi mekanisme notice and takedown yang didukung oleh verifikasi identitas berbasis sertifikat elektronik menjadi kebutuhan mendesak untuk menekan angka peredaran produk tiruan di pasar daring secara sistematis. Mekanisme ini diharapkan dapat memberikan kepastian bagi penyelenggara e-commerce untuk segera bertindak menurunkan konten tanpa harus menunggu proses litigasi yang panjang, yang selama ini menjadi dalih atas kelambatan penindakan di ruang digital.

Selain itu, pemberian kewenangan administratif yang lebih luas kepada DJKI untuk merekomendasikan pemblokiran konten atau akun yang terbukti melanggar hak merek secara langsung dianggap sebagai langkah strategis untuk memberikan perlindungan yang lebih responsif dibandingkan jalur litigasi konvensional yang memakan waktu lama dan berbiaya tinggi. Penegakan hukum yang responsif hanya dapat terwujud apabila terdapat sinergi kelembagaan yang dibarengi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya bagi para hakim dan penyidik dalam memahami aspek teknis bukti digital. Pelatihan berkelanjutan mengenai teknologi informasi menjadi kunci utama agar regulasi kekayaan intelektual di Indonesia tidak sekadar menjadi aturan simbolis yang gagap menghadapi kemajuan zaman, melainkan mampu memberikan perlindungan hak konstitusional yang nyata bagi pemilik merek di tengah kompleksitas ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang pesat. Dengan langkah-langkah penguatan tersebut, tujuan dari UU Nomor 20 Tahun 2016 untuk menciptakan kepastian hukum dan iklim usaha yang sehat dapat tercapai secara lebih efektif di masa depan.

Perluasan instrumen perlindungan merek dalam ranah digital menuntut pemahaman yang lebih tajam terhadap sanksi pidana yang diatur dalam Pasal 100 hingga Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Secara tekstual, Pasal 100 memberikan ancaman pidana penjara paling lama

lima tahun dan/atau denda paling banyak dua miliar rupiah bagi setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis. Ketentuan ini diperketat pada Pasal 101 yang mengatur sanksi bagi penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan ancaman penjara empat tahun atau denda satu miliar rupiah, sementara Pasal 102 menyasar para pedagang yang mengedarkan barang hasil pelanggaran tersebut dengan denda hingga dua ratus juta rupiah. Meskipun besaran denda dan masa hukuman ini dirancang untuk memberikan efek jera yang luar biasa bagi pelaku industri pemalsuan skala besar, eksekusinya di ranah perdagangan digital menghadapi dinding realitas yang paradoks ketika berhadapan dengan penjual online skala kecil atau mikro. Penegakan hukum pidana terhadap ribuan pedagang kecil di platform e-commerce sering kali dianggap tidak proporsional dan tidak efisien secara biaya perkara, karena banyak dari mereka yang hanya berperan sebagai pengecer akhir tanpa memiliki kapasitas ekonomi untuk membayar denda miliaran rupiah, sehingga ancaman pidana ini sering kali hanya berhenti sebagai macan kertas di ruang siber.

Kesulitan eksekusi pidana terhadap subjek hukum di internet membawa urgensi pada analisis mengenai tanggung jawab platform e-commerce sebagai perantara transaksi. Dalam kerangka hukum yang lebih adaptif, peran platform tidak lagi sekadar menjadi fasilitator pasif, melainkan harus ditarik ke dalam tanggung jawab administratif untuk memvalidasi penjual secara lebih ketat. Hal ini sejalan dengan perlunya penguatan mekanisme verifikasi identitas yang terintegrasi, di mana platform memiliki kewajiban moral dan hukum untuk memastikan bahwa etalase digital yang mereka sediakan tidak menjadi sarang peredaran produk ilegal yang melanggar hak eksklusif pemilik merek. Tantangan yang muncul kemudian adalah belum adanya standar prosedur baku yang seragam antara institusi negara seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan penyelenggara platform dalam menindaklanjuti laporan pelanggaran merek, yang menyebabkan proses penanganan sering berlangsung lambat dan memberikan celah bagi pelanggar untuk tetap beroperasi. Oleh karena itu, sinergi yang diatur dalam kerja sama formal terkait pertukaran data dan dukungan pembuktian digital menjadi sangat krusial agar platform tidak hanya bertindak saat ada laporan, tetapi juga mampu melakukan pencegahan melalui sistem verifikasi berbasis sertifikat elektronik yang mampu mendeteksi profil penjual secara akurat.

Jika ditinjau melalui Teori Efektivitas Hukum dari Lawrence Friedman, kegagalan penegakan hukum merek di era digital tidak hanya disebabkan oleh lemahnya struktur hukum atau perangkat aturan, tetapi juga dipengaruhi secara mendalam oleh budaya hukum masyarakat. Friedman menekankan bahwa keberhasilan hukum bergantung pada tiga komponen utama, yaitu struktur hukum terkait aparat, substansi hukum terkait regulasi, dan budaya hukum terkait sikap tindak masyarakat. Dalam konteks perdagangan digital di Indonesia, budaya hukum masyarakat menunjukkan kecenderungan yang masih permisif terhadap pembelian barang tiruan karena faktor ekonomi dan kemudahan akses, di mana harga yang jauh lebih murah sering kali mengalahkan kesadaran akan hak kekayaan intelektual orang lain. Kesenjangan antara norma hukum yang melarang pemalsuan dengan perilaku konsumsi masyarakat ini menciptakan ekosistem di mana pelanggaran merek dianggap sebagai hal lumrah, sehingga meskipun substansi hukum dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 sudah sangat kuat, hukum tersebut tetap kehilangan taringnya karena tidak didukung oleh budaya hukum yang menghargai orisinalitas produk.

Kondisi sosiologis ini menuntut adanya pendekatan yang lebih komprehensif, di mana penegakan hukum tidak hanya fokus pada penangkapan pelaku, tetapi juga pada edukasi masif dan sistematis melalui platform digital guna mengubah paradigma konsumen. Kurangnya kapasitas sumber daya manusia di tingkat aparat dan hakim dalam memahami alat bukti elektronik memperparah kondisi ini, karena tanpa pemahaman teknologi yang mumpuni, proses pembuktian pelanggaran di persidangan akan terus dianggap sebagai beban yang melelahkan daripada sebuah upaya penegakan keadilan. Maka, langkah strategis ke depan haruslah mencakup perluasan

kewenangan administratif bagi DJKI untuk merekomendasikan tindakan tegas berupa pemblokiran akun atau konten secara langsung dan cepat, guna memutus mata rantai pelanggaran sebelum dampak kerugian ekonomi pemilik merek semakin meluas. Dengan mengintegrasikan kekuatan substansi undang-undang, kesiapan struktur penegak hukum yang melek teknologi, dan upaya perbaikan budaya hukum masyarakat, maka perlindungan merek di tengah kompleksitas ekosistem ekonomi digital di Indonesia bukan lagi sekadar menjadi aturan simbolis, melainkan instrumen nyata yang mampu menjamin kepastian hukum dan melindungi hak konstitusional setiap warga negara dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Lebih lanjut, problematika penegakan hukum ini juga bersinggungan dengan aspek pembuktian di persidangan yang sering kali terjebak dalam formalitas hukum yang kaku. Dalam sengketa merek di era konvensional, pembuktian materiil atas kepemilikan dan persamaan pada pokoknya relatif lebih mudah dilakukan dengan menghadirkan fisik produk. Namun, dalam ruang siber, bukti primer beralih menjadi data elektronik yang memiliki sifat volatile atau mudah hilang dan berubah. Tantangan ini menuntut adanya interpretasi hukum yang lebih progresif dari para hakim agar tidak hanya bersandar pada bukti-bukti dokumen fisik, tetapi juga mengakui legitimasi penuh dari jejak digital sebagai alat bukti yang sah sesuai dengan perluasan dalam hukum acara. Selain itu, perlu adanya standarisasi mengenai prosedur operasional antara penyidik kepolisian dengan penyedia layanan jasa keuangan digital untuk menelusuri aliran dana dari transaksi produk tiruan, mengingat sering kali pelaku pemalsuan menggunakan rekening pihak ketiga untuk menyamarkan identitas. Dengan memperketat pengawasan pada hilir transaksi keuangan dan memperkuat legalitas bukti siber di hulu peradilan, sistem hukum Indonesia akan memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi serangan terhadap hak kekayaan intelektual. Pendekatan multidisipliner ini pada akhirnya akan menempatkan hukum bukan sebagai penghambat inovasi digital, melainkan sebagai pelindung yang memastikan bahwa kemajuan teknologi berjalan selaras dengan etika bisnis dan keadilan hukum.

Urgensi penguatan perlindungan merek ini pada dasarnya bukan hanya merupakan tanggung jawab domestik, melainkan juga bagian dari komitmen internasional Indonesia dalam memenuhi standar Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs). Dalam perspektif global, kegagalan perlindungan kekayaan intelektual di ranah digital dapat menurunkan daya saing investasi nasional karena investor asing cenderung menghindari pasar yang memiliki risiko pemalsuan tinggi. Oleh karena itu, penyelarasan regulasi tidak boleh berhenti pada aspek formalistik, tetapi harus merambah pada penciptaan ekosistem hukum yang menjamin bahwa hak-hak moral dan ekonomi pencipta terlindungi secara otomatis melalui bantuan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) yang mampu melakukan pemindaian otomatis terhadap pelanggaran merek di platform digital. Dengan mengadopsi standar global yang dikombinasikan dengan kearifan lokal dalam membina pelaku usaha kecil, Indonesia dapat membangun kedaulatan digital yang berkeadilan. Transformasi hukum ini diharapkan mampu menggeser paradigma dari penegakan yang bersifat reaktif menjadi preventif, di mana sistem hukum secara proaktif menutup celah pelanggaran melalui pengamanan data dan identitas digital yang solid, sehingga perlindungan merek dagang di era digital dapat benar-benar menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis secara normatif telah menyediakan kerangka perlindungan hukum yang komprehensif terhadap merek dagang, termasuk dalam menghadapi perkembangan perdagangan digital. Ketentuan mengenai hak eksklusif, mekanisme pendaftaran, serta sanksi perdata dan pidana menunjukkan komitmen negara dalam melindungi hak pemilik merek.



Namun demikian, efektivitas penerapan undang-undang tersebut di era e-commerce masih belum optimal. Tantangan utama terletak pada kesulitan identifikasi pelaku pelanggaran di ruang digital, lemahnya koordinasi antar lembaga penegak hukum, keterbatasan pembuktian elektronik, serta budaya hukum masyarakat yang masih permisif terhadap peredaran barang tiruan. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara norma hukum (law in books) dan praktik penegakan hukum (law in action). Oleh karena itu, penguatan perlindungan merek dagang di era digital perlu dilakukan melalui pendekatan yang lebih adaptif dan preventif. Penguatan mekanisme notice and takedown, perluasan kewenangan administratif Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, peningkatan tanggung jawab platform e-commerce, serta peningkatan kapasitas aparat penegak hukum dalam bidang teknologi informasi menjadi langkah strategis yang mendesak. Dengan sinergi antara substansi hukum, struktur penegakan, dan budaya hukum masyarakat, perlindungan merek dagang di Indonesia diharapkan dapat berkeadilan dalam menggha digital. alan lebih efektif dan cantangan ekonomi

## DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2023). Laporan Tahunan Penegakan Merek Tahun 2023. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Friedman, L. M. (2019). Law and society: An introduction. New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Haryono, S. (2022). Efektivitas penegakan hak merek di platform e-commerce Indonesia. *Jurnal Hukum Digital*, 9(1), 45–62.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- Suryanto, R. (2021). Mekanisme notice and takedown dalam perlindungan merek di era digital. *Media Hukum*, 28(2), 112–130.
- Sutrisno, E., & Handayani, I. G. A. K. R. (2021). Penegakan hukum hak merek dalam perdagangan elektronik di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 345–358.
- WIPO. (2020). Enforcement of intellectual property rights in the digital environment. Geneva: World Intellectual Property Organization.
- World Trade Organization. (2022). World trade report 2022: Climate change and international trade. Geneva: WTO. <https://www.wto.org>
- Yunus, M., & Pratama, A. R. (2020). Perlindungan hukum terhadap pemilik merek dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 27(3), 489–507.
- Zuhdi, A., & Ramadhani, R. (2023). Tanggung jawab platform e-commerce terhadap pelanggaran hak merek di Indonesia. *Jurnal Rechtsvinding*, 12(1), 87–105.