

PERLINDUNGAN MEREK KEPADA PEMILIK MEREK TERDAFTAR DI E-COMMERCE YANG BERBENTUK *USER GENERATED CONTENT* (MARKETPLACE)

INTISARI

Oleh :

Robiatul Adawiyah¹, M. Hawin²

Penelitian hukum ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan merek terdaftar pada perdagangan yang terjadi melalui sistem elektronik (*e-commerce*) yang berbentuk *User Generated Content* (UGC) *marketplace*. Platform UGC memberikan media bagi masyarakat untuk secara bebas mengunggah konten dan memperdagangkan barang. Kemudahan tiap orang untuk menjadi pedagang inilah yang membuat pertumbuhan Platform UGC sangat pesat. Namun, disisi lain Platform UGC tersebut rawan menjadi tempat perdagangan barang-barang palsu, pelanggaran merek marak ditemui pada Platform UGC, oleh karenanya pemerintah membuat SE Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 untuk memberikan batasan tanggung jawab terkait pengunggahan konten pada platform UGC.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah bersifat normatif empiris. Penelitian ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan terlebih dahulu untuk memperoleh data sekunder, selanjutnya untuk melengkapi data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dilakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data primer. Keseluruhan data dianalisis secara kualitatif dan dipaparkan dalam bentuk deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perlindungan merek terdaftar memiliki perbedaan penanganan didasarkan pada jenis pelanggaran yang terjadi, dari tiga jenis pelanggaran merek, pemalsuan merek merupakan pelanggaran yang paling sering terjadi, untuk menangani pelanggaran tersebut penyedia platform memberikan mekanisme pelaporan dengan sistem *takedown*. Penyedia platform dan pedagang memiliki hubungan hukum yang lahir dari perjanjian elektronik. Penyedia platform memiliki peran untuk menjaga perdagangan dan pengelolaan konten secara andal, aman, dan bertanggung jawab. Penyedia platform juga berperan untuk melakukan kerjasama dengan aparat penegak hukum dalam membuka data privasi apabila terdapat kasus pelanggaran merek yang diproses ke pengadilan. Bentuk tanggung jawab penyedia platform dalam hal terjadi pelanggaran merek di platform-nya adalah *secondary liability*. Adapun SE Menkominfo Nomor 5 Tahun 2016 sebagai payung hukum platform UGC memiliki beberapa kelemahan yang akan diperbaiki pada peraturan perundang-undangan di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Perlindungan Merek, *E-commerce*, *User Generated Content*

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

THE PROTECTION OF REGISTERED TRADEMARK OWNERSHIP IN USER GENERATED CONTENT-BASED E COMMERCE (MARKETPLACE)

ABSTRACT

By :

Robiatul Adawiyah³, M. Hawin⁴

This legal research aims to study and analyze the implementation of registered trademark protection in User Generated Content (UGC) marketplace. Marketplace gives access for individual to upload and trade goods and services. Simplicity and user-friendliness makes marketplace grows significantly. However, UGC platform is prone to counterfeit goods trading. Copyright and trademark infringement is increasingly found on the UGC platform, therefore the government published circular letter (Surat Edaran/SE) of Minister of Communication and Information Number 5 of 2016 to set the limit of liability for uploading content on the UGC platform.

The research method used is empirical normative. This research was conducted through literature review to obtain secondary data and field research to collect primary data. All the datas were analyzed qualitatively and presented in descriptive form.

The result shows that the protection of the registered trademark in marketplace has different prosecutions based on types of infringement. Counterfeiting is the most prevalent among other types of infringement. To solve the problems, marketplace providers create reporting mechanism with subsequent content *takedown*. Platform provider and the individual merchant are abide in legal terms from electronic contract. Platform provider hold the role to protect trading and manage content reliably, safely and responsibly.

Platform providers also have the responsibility to cooperate with law enforcement institutions to give them access to merchant's data in case of trademark infringement is being processed in court. Marketplace provider's responsibility in the event of a trademark infringement is a secondary liability. Meanwhile, the SE Minister of Communication and Information Number 5 of 2016 as the legal standard of UGC platform has shortcomings for future improvements.

Key Words: Trademark Protection, E-commerce, User Generated Content

³ Undergraduate Student in Faculty of Law Universitas Gadjah Mada

⁴ Lecturer in Facult of Law Universitas Gadjah Mada