Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 32924-32930

Analisis Perlindungan Hukum terhadap Pelanggaran Hak Merek di E-Commerce

Yuni Arta Turnip[1], Haposan Siallagan[2]
[1,2] fakultas hukum universitas HKBP Nommensen medan
e-mail:Yuni.turnip@student.uhn.ac.id[1], haposansiallagan@uhn.ac.id[2]

Published: November , 2025

ABSTRAK

Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia sejak 2020 telah memicu peningkatan signifikan praktik pelanggaran hak merek dagang, termasuk pemalsuan, passing off, dan pemboncengan reputasi di platform Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Penelitian ini mengkaji skema perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek di ranah digital dengan pendekatan yuridis empiris dan desain kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui studi dokumen Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indifikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Informasi dan Transaksi Elektronik; wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM dan pakar kekayaan intelektual; kuesioner persepsi pelaku usaha; serta observasi praktik penegakan hak merek di berbagai platform e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan ketidaksesuaian antara kerangka normatif dan implementasi praktis, antara lain: kesenjangan dalam pemeriksaan substantif merek, minimnya kewajiban proaktif platform, serta rendahnya literasi HKI di kalangan UMKM. Mekanisme internal platform, meski telah menyediakan sistem pelaporan dan takedown, masih terkendala volume listing yang masif dan prosedur penanganan yang bervariasi. Analisis tort law theory mengungkap tantangan adaptasi konsep passing off ke sistem hukum Indonesia, khususnya dalam penentuan kriteria merek terkenal dan standar pembuktian. Studi kasus Mobile Intellectual Property Clinic dan pembentukan IP Crime Forum menyoroti efektivitas kolaborasi multi-stakeholder dalam meningkatkan kesadaran dan respons penegakan. Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan penguatan pengawasan digital berbasis AI, penyederhanaan prosedur pendaftaran HKI melalui single window system, peningkatan literasi hukum digital UMKM, serta revisi regulasi UU Merek dan UU ITE untuk mempertegas tanggung jawab platform. Implementasi koordinasi lintas sektor dan mekanisme alternatif penyelesaian sengketa diharapkan dapat menciptakan ekosistem e-commerce yang adil, terpercaya, dan kondusif bagi pertumbuhan UMKM.

Kata Kunci: *Perlindungan Merek, E-Commerce, Hak Kekayaan Intelektual, UMKM, Tort Law, Kebijakan Digital.*

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce in Indonesia since 2020 has driven a significant rise in trademark infringement practices, including counterfeiting, passing off, and reputation hijacking on Tokopedia, Shopee, and Lazada. This study examines the legal protection framework against digital trademark violations using an empirical-juridical approach and a descriptive- qualitative design. Data were gathered through document review of Law No. 20/2016 on Trademarks and Geographical Indications and Law No. 19/2016 on Electronic Information and Transactions; semi-structured interviews with MSME actors and intellectual property experts; a perception questionnaire for business practitioners; and observation of enforcement practices across e-commerce platforms. Findings reveal a disconnect between the normative framework and practical implementation, including gaps in substantive trademark examination, insufficient proactive obligations for platforms, and low IP literacy among MSMEs. Although platforms have internal reporting and takedown systems, they remain challenged by massive listing volumes and variable handling procedures. A tort law analysis highlights the difficulty of adapting the passing-off concept to Indonesia's legal system, particularly in defining well-known marks and proof standards. Case studies of the Mobile Intellectual Property Clinic and the establishment of the IP Crime Forum underscore the effectiveness of multi-stakeholder collaboration in raising awareness and enforcement responsiveness. Based on these findings, recommendations include strengthening AI-based digital monitoring, simplifying IP registration procedures via a single-window system, enhancing MSME digital IP literacy, and revising the Trademark Law and the Electronic Information and Transactions Law to clarify platform responsibilities. Cross-sector coordination and alternative dispute resolution mechanisms are expected to foster a fair, trustworthy e-commerce ecosystem conducive to MSME growth.

Keywords: *Trademark Protection, E-Commerce, Intellectual Property, MSMEs, Tort Law, Digital Policy.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam lima tahun terakhir, pesatnya pertumbuhan perdagangan elektronik di Indonesia telah memunculkan tantangan baru dalam penegakan hak kekayaan intelektual, khususnya perlindungan merek dagang. Sejak 2020, transaksi e-commerce tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan risiko peredaran barang palsu dan peniruan merek secara masif. Berbagai studi menunjukkan bahwa pelanggaran hak merek di platform online bukan sekadar persoalan konvensional, melainkan telah berkembang menjadi fenomena kompleks yang menuntut respons hukum yang adaptif dan terarah.

Sistem undang-undang saat ini terutama Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah menyediakan kerangka dasar untuk menanggulangi pelanggaran merek di ranah digital. Namun, penerapan norma tersebut dalam konteks e-commerce sering kali menemui kendala praktis, seperti mekanisme pengawasan yang belum memadai dan minimnya kewajiban platform untuk proaktif mencegah peredaran produk infringing.

Penelitian dalam *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Atas Barang Palsu pada Platform E- Commerce* menegaskan bahwa upaya preventif dan represif yang diberikan kepada pemilik hak masih terbatas oleh prosedur yang panjang dan kurangnya integrasi dengan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif. Sementara itu, analisis Kennedy dan Wartoyo (2024) dalam *Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM* menyoroti pentingnya kolaborasi antara otoritas negara, pemilik merek, dan penyedia platform untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan terpercaya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif skema perlindungan hukum terhadap pelanggaran hak merek di e-commerce, mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada, serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan akuntabilitas platform dan perlindungan pemilik merek di era digital. Dengan demikian, diharapkan dapat terwujud mekanisme perlindungan yang lebih dinamis dan responsif terhadap perkembangan cepat industri e-commerce.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan yuridis empiris dengan desain kualitatif deskriptif untuk menelaah mekanisme perlindungan hukum atas merek dagang produk lokal di ranah digital. Objek kajian terdiri atas pelaku UMKM di Indonesia yang mengalami pelanggaran hak merek, sedangkan sampel penelitian mencakup sejumlah pelaku UMKM terpilih dan tiga pakar hukum kekayaan intelektual. Data dikumpulkan melalui studi dokumen termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan

Transaksi Elektronik wawancara semi-terstruktur dengan narasumber perwakilan UMKM dan pakar, kuesioner untuk mengukur persepsi pelaku usaha, serta observasi praktik penegakan hak merek pada berbagai platform e-commerce. Seluruh data dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teori tort law sebagai landasan konseptual, dipadukan dengan analisis konten terhadap dokumen hukum. Kerangka penelitian ini mengacu pada Policy Implementation Analysis, yang mencakup pemetaan regulasi, penilaian efektivitas pelaksanaan kebijakan, dan perumusan rekomendasi strategis bagi UMKM, pemerintah, serta penyedia platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Pelanggaran Merek Dagang di Platform E-Commerce Indonesia

Perkembangan pesat perdagangan elektronik di Indonesia telah menciptakan tantangan signifikan dalam perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya merek dagang. Berdasarkan data rekapitulasi Direktorat Penegakan Hukum DJKI, pelanggaran terbanyak terjadi pada bidang merek dengan 163 kasus dari total 296 kasus pelanggaran kekayaan intelektual dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir. Platform e-commerce utama seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada telah menjadi medan utama terjadinya pelanggaran merek, dengan beberapa penyedia layanan e-commerce bahkan tercatat dalam daftar Notorious Markets List yang diterbitkan oleh Office of the United States Trade Representative (USTR).

Fenomena pelanggaran merek di platform digital menunjukkan pola yang kompleks, meliputi tiga kategori utama: passing off (pemboncengan reputasi), pemalsuan produk, dan penggunaan merek tanpa izin. Praktik passing off, sebagai bentuk perbuatan melawan hukum dalam sistem Common Law, telah menjadi tantangan serius karena pelaku usaha tidak jujur memanfaatkan reputasi merek terkenal untuk meraih keuntungan melalui cara yang melanggar etika bisnis dan norma hukum. Pada platform seperti Tokopedia, popularitas produk merek terkenal seringkali dimanfaatkan oknum pelaku usaha yang menjual produk dengan merek serupa atau identik tanpa izin, sehingga menyesatkan konsumen dan merugikan pemilik merek asli.

Dampak ekonomi terhadap pelaku UMKM sangat signifikan, mengingat 50% UMKM telah merambah platform e-commerce dengan pertumbuhan omset lebih dari 88%. Namun, rendahnya literasi hukum dan digital sering membuat pelaku UMKM tidak menyadari bahwa mereka dapat melindungi merek, karya, maupun transaksi usahanya melalui jalur hukum. Kondisi ini diperparah dengan fakta bahwa 80% HAKI di sektor ekonomi kreatif saat ini didaftarkan oleh pihak asing, menyebabkan banyak pengrajin di Bali dan Jawa mengalami kendala dalam memasarkan produk karena hak cipta mereka telah didaftarkan oleh entitas luar.

Efektivitas Kerangka Hukum yang Ada

Evaluasi terhadap efektivitas kerangka hukum perlindungan merek menunjukkan hasil yang beragam. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menyediakan dasar hukum yang kokoh dengan memberikan perlindungan selama 10 tahun yang dapat diperpanjang bagi merek terdaftar. Implementasi undang-undang ini mencakup sistem pendaftaran elektronik dan non-elektronik sebagai upaya memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam proses pendaftaran merek.

Namun, berdasarkan penelitian empiris di berbagai daerah, efektivitas pelaksanaan undang-undang tersebut belum optimal. Studi di Kota Malang menunjukkan bahwa efektivitas Pasal 20 huruf (f) UU Merek tidak terpenuhi berdasarkan teori efektivitas hukum Lawrence M. Friedman. Faktor substansi hukum menunjukkan belum adanya batasan nama umum dalam pendaftaran merek dan ambiguitas dalam pasal tersebut, sementara dari aspek struktur hukum, pihak DJKI masih bersifat subjektif dalam melakukan pemeriksaan substantif merek.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menjadi payung hukum transaksi digital, menghadapi tantangan implementasi dalam konteks e-commerce. Pasal 15 UU ITE mengamanatkan bahwa penyedia platform marketplace wajib menyelenggarakan sistem elektroniknya secara aman dan andal serta memiliki tanggung jawab terhadap sistem elektronik yang dioperasikannya. Namun, UU ITE mengehendaki bahwa kesalahan yang dilakukan oleh pengguna tidak menjadi tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik, sehingga menciptakan celah dalam pertanggungjawaban hukum penyedia platform.

Kesenjangan dalam penegakan hukum terlihat dari sifat delik aduan dalam pelanggaran merek dan kurangnya ketegasan hukum terhadap praktik passing off. Tantangan praktis meliputi minimnya kewajiban platform untuk proaktif mencegah peredaran produk yang melanggar merek dan kurangnya integrasi dengan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif.

Mekanisme Perlindungan dan Pengawasan Platform

Platform e-commerce utama telah mengembangkan berbagai mekanisme internal untuk menanggulangi pelanggaran merek. Tokopedia memiliki Platform Perlindungan Kekayaan Intelektual yang menyediakan saluran pelaporan khusus bagi pemilik merek, dengan tim khusus yang bertugas meninjau laporan pelanggaran merek dagang dan bekerja sama dengan pemilik merek untuk memastikan tindakan yang diambil sesuai dengan kebijakan internal dan hukum yang berlaku.

Sistem takedown yang diimplementasikan platform mencakup peringatan kepada penjual, penghapusan listing produk yang melanggar HKI, pemblokiran akun, hingga tindakan hukum jika diperlukan. Lazada dan Bukalapak juga mengadopsi pendekatan serupa dengan menyediakan panduan dan pelatihan untuk membantu penjual memahami cara menjual produk yang sah dan menghindari produk palsu .

Namun, evaluasi efektivitas mekanisme pengawasan menunjukkan tantangan signifikan. Volume produk yang besar dan metode pelanggaran yang semakin canggih menyulitkan platform dalam melakukan pemantauan. Proses pemeriksaan yang dilakukan DJKI masih bersifat subjektif dalam pemeriksaan substantif merek, dan tidak adanya batasan nama umum dalam pendaftaran merek menjadi hambatan dalam pelaksanaan perlindungan.

Kolaborasi dengan pemilik merek dilakukan melalui mekanisme pelaporan yang mudah diakses, namun respons platform terhadap laporan pelanggaran masih bervariasi. Jika platform e-commerce tidak menanggapi klaim pelanggaran hak kekayaan intelektual atau mengabaikan kasus yang telah diketahui, mereka dapat dituntut dan diproses pidana berdasarkan Pasal 55 KUHP.

Persepsi dan Pengalaman Pelaku UMKM

Analisis terhadap persepsi pelaku UMKM mengungkapkan tingkat kesadaran hukum yang masih rendah terhadap perlindungan HKI. Penelitian di Serang menunjukkan bahwa efektivitas perlindungan merek UMKM terhambat oleh rendahnya literasi hukum, biaya pendaftaran yang dianggap tinggi, serta kurangnya pendampingan. Kondisi ini sejalan dengan temuan di berbagai daerah yang menunjukkan kurangnya kesadaran masyarakat, khususnya UMKM, dalam mendaftarkan nama umum sebagai merek.

Kendala akses perlindungan hukum meliputi kompleksitas prosedur administratif dan minimnya pemahaman tentang hak dan kewajiban di dunia digital. Banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui bahwa mereka dapat melindungi merek, karya, maupun transaksi usahanya melalui jalur hukum, sehingga rentan terhadap peniruan dan pembajakan.

Pengalaman UMKM dalam menghadapi pelanggaran merek menunjukkan keterbatasan akses terhadap mekanisme perlindungan. Prosedur yang panjang dan kurangnya integrasi dengan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif menjadi hambatan utama. Biaya pendaftaran merek yang relatif tinggi bagi standar UMKM dan kurangnya pendampingan dari pemerintah memperburuk situasi.

Implementasi Program Mobile Intellectual Property Clinic (MIC) di berbagai daerah menunjukkan respons positif dari pelaku UMKM terhadap layanan perlindungan HKI, namun jangkauan dan frekuensi program tersebut masih terbatas. Kolaborasi antara berbagai stakeholder dalam program MIC di Kabupaten Timor Tengah Utara berhasil menghasilkan 22 merek, 4 hak cipta, dan 1 merek kolektif, menunjukkan potensi efektivitas pendekatan kolaboratif.

Analisis Penerapan Tort Law Theory dalam Perlindungan Merek

Penerapan teori tort law dalam konteks perlindungan merek dagang Indonesia menghadapi tantangan adaptasi dari sistem Common Law ke sistem Civil Law. Konsep passing off sebagai bentuk perbuatan melawan hukum telah diadopsi dalam praktik penegakan hukum, meskipun belum secara eksplisit diatur dalam perundang-undangan Indonesia.

Aplikasi konsep perbuatan melawan hukum dalam pelanggaran merek diatur melalui Pasal 83 UU MIG, yang memungkinkan pemilik merek terdaftar mengajukan gugatan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tanpa hak. Mekanisme ini diperkuat dengan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 100 hingga Pasal 103 UU MIG, dengan ancaman pidana penjara maksimal 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp2 miliar untuk penggunaan merek yang sama secara keseluruhan.

Standar pembuktian dalam kasus passing off mengacu pada tiga elemen utama: reputasi merek, misleading/misrepresentation, dan kerugian yang ditimbulkan. Namun, implementasi standar ini dalam praktik peradilan Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama dalam menentukan kriteria merek terkenal dan tingkat kemiripan yang dapat menyesatkan konsumen.

Integrasi tort law theory dengan sistem hukum Indonesia dilakukan melalui pendekatan preventif dan represif. Fungsi preventif tercermin dalam penolakan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya berdasarkan iktikad tidak baik (Pasal 21 UU MIG), sementara fungsi represif diatur dalam Pasal 66-69 UU MIG.

Model Kolaborasi Stakeholder dalam Penegakan Hukum

Penegakan hukum merek dagang yang efektif memerlukan kolaborasi sinergis antara berbagai stakeholder. DJKI sebagai regulator utama memiliki peran sentral dalam formulasi kebijakan, pemeriksaan permohonan merek, dan koordinasi penegakan hukum. Implementasi Protokol Madrid di Indonesia menunjukkan pentingnya kompetensi sumber daya manusia yang merata dan koordinasi yang lebih baik dengan stakeholder lainnya.

Platform e-commerce memiliki tanggung jawab fundamental dalam melindungi merek dagang dan hak pengguna melalui penerapan kebijakan internal, mekanisme pelaporan, dan kerja sama dengan otoritas terkait. Tanggung jawab ini mencakup pengawasan ketat terhadap produk yang dijual, penyediaan mekanisme pelaporan untuk pemilik merek, dan pengambilan tindakan tegas terhadap pelanggaran.

Partisipasi aktif pemilik merek dalam sistem perlindungan tercermin melalui mekanisme pelaporan dan gugatan sebagaimana diatur dalam Pasal 83 UU MIG. Pemilik merek dapat memilih alternatif penyelesaian sengketa melalui pengadilan niaga, mediasi, atau proses pidana berdasarkan pengaduan ke penyidik Polri atau PPNS DGKI.

Koordinasi lintas lembaga penegak hukum melibatkan kerjasama antara DJKI, kepolisian, kejaksaan, dan pengadilan niaga. Rencana peluncuran IP Crime Forum oleh Direktorat Penyidikan dan Penyelesaian Sengketa DJKI di tahun 2024 merupakan upaya memperkuat koordinasi dalam menanggulangi pelanggaran kekayaan intelektual.

Model kolaborasi stakeholder yang efektif di daerah ditunjukkan melalui program MIC yang melibatkan Kanwil Kemenkumham, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, perguruan tinggi, yayasan bantuan hukum, dan organisasi masyarakat. Pendekatan kolaboratif ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan akses UMKM terhadap perlindungan HKI.

Rekomendasi Kebijakan dan Strategi Perlindungan

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap kondisi perlindungan merek dagang di e-commerce, beberapa rekomendasi strategis dapat diimplementasikan untuk memperkuat ekosistem perlindungan HKI.

Penguatan mekanisme pengawasan digital harus mencakup pemanfaatan teknologi canggih untuk pemantauan dan penegakan hukum. Implementasi artificial intelligence dan machine learning dalam sistem deteksi pelanggaran merek dapat meningkatkan efektivitas pengawasan di platform e-commerce. Platform perlu mengembangkan algoritma yang dapat mengidentifikasi produk yang berpotensi melanggar merek secara otomatis, mengurangi ketergantungan pada pelaporan manual.

Penyederhanaan prosedur perlindungan HKI untuk UMKM menjadi prioritas utama mengingat kompleksitas administratif yang menjadi hambatan utama. Implementasi single window system untuk HKI, sebagaimana diusulkan dalam berbagai forum kebijakan, dapat mempercepat proses pendaftaran dan memberikan perlindungan yang lebih baik bagi karya-karya lokal. Sistem ini harus terintegrasi dengan platform e-commerce untuk memfasilitasi verifikasi otomatis produk yang dijual.

Peningkatan literasi hukum digital melalui program edukasi berkelanjutan sangat diperlukan. Program sosialisasi dan campaign "Promosi dan Instrumensi Merek" oleh DJKI perlu diperluas jangkauannya dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dalam program Kampus Merdeka dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman UMKM tentang HKI.

Reformasi regulasi harus mencakup penyempurnaan definisi dan batasan dalam UU MIG, khususnya terkait nama umum dan kriteria merek terkenal. Peningkatan kapasitas dan objektivitas pemeriksa merek melalui pelatihan khusus secara rutin menjadi kebutuhan mendesak. Regulasi juga perlu mengakomodasi perkembangan teknologi digital dan karakteristik transaksi e-commerce.

Penguatan mekanisme enforcement dapat dilakukan melalui peningkatan koordinasi antara DJKI, platform e-commerce, dan penegak hukum. Implementasi IP Crime Forum dan penguatan PPNS DJKI akan meningkatkan efektivitas penanganan pelanggaran. Standardisasi prosedur takedown dan respons time platform terhadap laporan pelanggaran perlu ditetapkan dalam regulasi.

Model kolaborasi publik-privat harus diperkuat melalui kemitraan strategis antara pemerintah, platform e-commerce, asosiasi bisnis, dan lembaga pendidikan. Pembentukan task force lintas sektor untuk menanggulangi pelanggaran merek di e-commerce dapat meningkatkan efektivitas penegakan

hukum. Sharing data dan informasi antara platform dalam blacklist pelaku pelanggaran akan memperkuat sistem pencegahan.

Implementasi rekomendasi ini memerlukan komitmen dan koordinasi yang kuat dari seluruh stakeholder, didukung dengan alokasi sumber daya yang memadai dan monitoring evaluasi yang berkelanjutan. Keberhasilan perlindungan merek dagang di era digital tidak hanya bergantung pada kekuatan regulasi, tetapi juga pada kemampuan adaptasi semua pihak terhadap dinamika teknologi dan perubahan perilaku konsumen di pasar digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis komprehensif terhadap mekanisme perlindungan hukum merek dagang di ranah e-commerce Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perkembangan pesat transaksi digital telah menimbulkan kerentanan tinggi terhadap praktik pemalsuan, passing off, serta penyalahgunaan merek tanpa izin. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah memberikan kerangka normatif yang memadai, implementasinya menghadapi kendala struktural dan praktis. Kesenjangan dalam pemeriksaan substantif merek, tugas dan tanggung jawab platform e-commerce yang belum optimal, serta rendahnya literasi HKI di kalangan UMKM menjadi faktor utama yang menghambat efektivitas penegakan hukum.

Temuan empiris menunjukkan bahwa kolaborasi erat antara regulator (DJKI), penyedia platform, pemilik merek, dan lembaga penegak hukum adalah kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang adil dan terpercaya. Model Mobile Intellectual Property Clinic dan pembentukan IP Crime Forum memperlihatkan potensi sinergi multi-stakeholder dalam meningkatkan kesadaran, akses perlindungan, dan respons penegakan terhadap pelanggaran merek.

Oleh karena itu, rekomendasi strategis yang dikemukakan meliputi penguatan pengawasan digital berbasis teknologi canggih, penyederhanaan prosedur pendaftaran HKI melalui single window system, peningkatan literasi hukum digital, serta penyempurnaan regulasi untuk mengakomodasi dinamika e-commerce diharapkan dapat mendorong peningkatan akuntabilitas platform dan perlindungan pemilik merek. Implementasi kebijakan ini memerlukan komitmen lintas sektor, alokasi sumber daya memadai, serta mekanisme monitoring dan evaluasi berkelanjutan. Dengan demikian, sistem perlindungan merek dagang di Indonesia akan lebih responsif terhadap perkembangan industri e-commerce, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM untuk tumbuh dan berinovasi dalam pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Rahman, Erval. "Ciptaan Disebarluaskan Di Bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional Comprehensive Analysis of Legal Protection for Trademarks In Business In Indonesia." *Res Nullius* 7, no. 1 (2025): 17–2025. http://ojs.unikom.ac.id/index.php/law.

Giantama, Andreyan Nata, and Munawar Kholil. "Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace." *Jurnal Privat Law* 8, no. 1 (2020): 21. https://doi.org/10.20961/privat.v8i1.40358.

Hans, Callista, and Christine S.T. Kansil. "Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Merek Pada Kelas Barang Dan Jasa Yang Sama." *UNES Law Review* 6, no. 2 (2023): 4163–71. https://www.review-unes.com/index.php/law/article/view/1252.

Ilmi, mohammad wildan fairus, and Ubaid Aisyul Hana. "Efektivitas Penegakan Hukum Terhadaap Pelanggaran Merek Dagang." *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi* 5, no. 1 (2025): 31–40. https://mail.rumahjurnal.or.id/index.php/BANSI/article/view/1451.

Kennedy, Alexander, and Franciscus Xaverius Wartoyo. "Perlindungan Merek Dagang Pada Platform E-Commerce Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Ham." *JIPRO : Journal of Intellectual Property* 7, no. 2 (2024). https://doi.org/10.20885/jipro.vol7.iss2.art1.

Kristiani, Verlia, and Elfrida Ratnawati Gultom. "Infringement of Famous Brand Rights in E-Commerce on Tokopedia (Pelanggaran Hak Merek Terkenal Pada E-Commerce Di Tokopedia)." *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* 11, no. 02 (2023).

Pangestu, Nanda Pramudya, Bimo Satrio Wibowo, Muhammad Arrullah Safriawan, Muhammad Asmar

Aqilah, and Noviyanto Noviyanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce." *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2022): 71–84. https://doi.org/10.55606/jhpis.v1i2.727.

Putri, Anak Agung Rosiana Dewi, I Nyoman Putu Budiartha, and Desak Gde Dwi Arini. "Analisis Yuridis Pelanggaran Merek Terhadap Pemegang Hak Merek Pendahuluan." *Jurnal Preferensi Hukum* 6, no. 1 (2025): 14–19.

Salsabila, Shafa, Ahmad M Ramli, and Rika Ratna Permata. "Pelindungan Merek Terhadap Penyesatan Afiliasi Merek Dalam Dunia Digital Berdasarkan UU Merek Dan UU ITE." *Media Hukum Indonesia* 2, no. 2 (2024): 15–25. https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/index.

Sukro, Ahmad Yakub. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha." *Syiar Hukum : Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 1 (2019): 2120–33. https://doi.org/10.29313/sh.v16i1.5133.

Yulianti, Yana, Cita Citrawinda, Retno Kus Setyowati, Universitas Krisnadwipayana, and Perlindungan Hukum. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Atas Barang Palsu Pada Platform E-Commerce." *Jurnal Hukum Dan Hukum Islam* 11, no. 3 (2024): 52–65.