

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat lebih gemar untuk berbelanja *online* melalui *e-commerce* daripada harus datang untuk membeli barang di toko. Hal ini dikarenakan transaksi melalui *e-commerce* dinilai lebih mudah serta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun selama memiliki kuota internet pada *device* yang digunakan untuk melakukan transaksi tersebut, namun dibalik keunggulan tersebut terdapat pula kekurangan dari transaksi yang dilakukan dengan media elektronik yaitu dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen.<sup>1</sup> Kerugian yang dimaksudnya karena konsumen tidak dapat secara langsung melihat dan meraba barang. Oleh karena itu, barang yang tiba dapat saja tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar barang yang diberikan oleh pelaku usaha di *e-commerce* dan dapat saja barang tersebut tidak seperti ekspektasi konsumen yang telah melihat gambar-gambar yang ditampilkan oleh pelaku usaha dalam *e-commerce* tersebut.

Sepatu merupakan kebutuhan primer bagi manusia. keperluan utama manusia adalah untuk menjalankan aktivitas sehari-hari yang tentunya memerlukan sepatu sebagai alas kaki. Fungsi dari sepatu adalah sebagai pengaman kaki untuk mencegah terjadinya suatu bahaya pada saat menjalankan aktivitas sehari-hari serta dalam pemakaian sepatu tentunya membuat pengguna semakin percaya diri untuk dapat tampil menarik semaksimal mungkin. Sepatu juga digunakan tidak hanya

---

<sup>1</sup> Husni Syawali, et all, *Aspek Hukum Transaksi Online*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hal. 41.

sebagai alas kaki ataupun penunjang kepercayaan diri bagi penggunanya tetapi menjadi kenyamanan tersendiri bagi pengguna sepatu tersebut. Sepatu merupakan barang yang dibutuhkan dan digunakan setiap hari sebagai alas kaki untuk menjalankan aktivitas seperti berolahraga, berjalan jalan, bersekolah, bekerja dan aktivitas lainnya. Terdapat beberapa faktor dalam pemilihan sepatu bagi penggunanya yaitu mulai dari merek, harga, bentuk, warna, dan sebagainya.

Macam-macam sepatu tersebut telah berkisar di Indonesia dengan bantuan media komunikasi yang marak di kalangan masyarakat Indonesia. Pembelian barang melalui media komunikasi memang dinilai lebih mudah. Internet memegang peranan penting dalam kemajuan suatu negara. Internet telah membawa perekonomian dunia memasuki era *digital economic* atau ekonomi *digital*. Hal tersebut ditandai dengan kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi elektronik. Dalam dunia perdagangan, semakin banyak mengandalkan perdagangan melalui media elektronik yaitu *e-commerce* sebagai media dalam menemukan konsumen dan pelaku usaha untuk terjadinya sebuah transaksi.<sup>2</sup> Perdagangan melalui *e-commerce* telah mengonversikan paradigma bisnis klasik dengan meletakkan macam-macam interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam perdagangan melalui *e-commerce* dilakukan untuk menandatangani sebagai salah satu tandanya secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini diciptakan pada saat

---

<sup>2</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hal. 33.

pembelian barang, pemeriksaan barang, hingga pengiriman barang tersebut dilakukan.<sup>3</sup>

Masyarakat kini lebih mudah untuk bisa bebas berekspresi dalam menentukan pilihan berpakaian maupun bergaya. Dengan perkembangan zaman, gaya hidup manusia pun ikut mengalami perkembangan. Gaya hidup memberikan identitas untuk setiap individu maupun kelompok. Gaya berhubungan dengan *fashion*, yang merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia masa kini terutama di kota-kota besar. Terdapat beberapa macam fashion yang digemari oleh konsumen sebagai pengguna yaitu salah satunya adalah sepatu, karena sepatu merupakan alas kaki untuk menjalankan aktivitas manusia sehari-hari.

Konsumen sebagai pembeli dapat dengan mudah untuk membeli sepatu yang mereka inginkan melalui *e-commerce*, akan tetapi di tengah kondisi yang sulit ini keuangan masyarakat kurang mendukung untuk membeli sepatu yang mereka inginkan. Keinginan untuk memiliki dan menggunakan sepatu bermerek yang sangat tinggi untuk menunjang *fashion* dan tidak didukung dengan keuangan masyarakat yang baik mengakibatkan masyarakat membeli sepatu dengan merek terkenal luar negeri yang dibandrol dengan harga yang relatif murah oleh pelaku usaha dalam *e-commerce*. Masyarakat pun lebih memilih untuk tidak menggunakan barang-barang buatan lokal karena barang-barang dengan merek luar

---

<sup>3</sup> Abdul Halim Barkatullah, *et.al*, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. vii.

negeri yang terkenal memiliki nilai pandang yang berbeda atau dapat dikatakan notabene harga dari barang-barang buatan luar negeri mahal.<sup>4</sup>

Salah satu hal yang mendasari maraknya pembelian sepatu bermerek terkenal adalah faktor harga yang tinggi sehingga dapat menunjang gaya berpakaian seseorang. Harga sepatu asli original dibandrol dengan nominal yang mahal, oleh karena itu, pada saat konsumen mendapati sepatu bermerek terkenal yang mereka inginkan dalam *e-commerce* dan dibandrol dengan harga yang miring, konsumen pasti langsung akan membeli apabila berita yang dituliskan dalam deskripsi *e-commerce* tersebut menjelaskan bahwa sepatu tersebut merupakan sepatu asli dengan gambar yang ditampilkan mendukung argumen dari pelaku usaha. Perbedaan harga yang sangat jauh berbeda menjadi perhatian untuk konsumen untuk mempunyai pilihan. Oleh karena itu, konsumen membeli sepatu sesuai dengan berita yang diberikan oleh pelaku usaha dalam deskripsi yang tertera dalam *website e-commerce* tersebut. Varian kualitas produk palsu sering digolongkan kedalam beberapa kelompok tingkatan, walaupun kualitasnya hampir menyamai produk orisinal, namun tetap saja barang tiruan dinamakan produk palsu, terdapat pula beberapa jenis sepatu palsu yang memiliki kualitas satu banding satu dengan sepatu asli/original.

Berdasarkan pengalaman beberapa konsumen yang melakukan pembelian dengan *e-commerce* acapkali merasa menerima barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen ataupun barang tersebut tidak sampai ke tangan konsumen,

---

<sup>4</sup> Moh.Nafri, "Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia", Dalam *Male Law Journal*, Vol. 2 No. 1 (2018)

dibalik hal tersebut konsumen pun merasa dirugikan karena telah melakukan pembayaran kepada toko atau pelaku usaha di *e-commerce* tersebut.<sup>5</sup> Pada zaman ini, mudah ditemui pelaku usaha yang menjual barang bermerek tanpa izin dari pemilik atau pemegang merek. Pelaku usaha dalam *e-commerce* pun dapat menjual barang-barang bermerek tersebut dengan harga yang dibawah rata-rata.

Produsen memproduksi sepatu karena terdapat dorongan dari masyarakat sekitar yang ingin menggunakan sepatu bermerek. Produsen ini akhirnya memproduksi sepatu dan mendistribusikan sepatu-sepatu tersebut kepada pelaku usaha untuk didistribusikan kembali kepada konsumen sebagai pengguna dari sepatu tersebut. Mengingat bahwa sepatu merupakan kebutuhan primer bagi manusia, maka permintaan akan sepatu dalam negeri pun besar. Akan tetapi, menurut data dari Merdeka.com, 40% (empat puluh persen) produk yang beredar di Indonesia adalah produk palsu.<sup>6</sup> Keinginan yang tidak sesuai dengan pendapatan dan tetap ingin bergayalah merupakan alasan utama dari konsumen menggemari membeli sepatu bermerek terkenal luar negeri yang dibandrol dengan harga yang murah namun berita yang diberikan oleh pelaku usaha adalah sepatu tersebut asli. Produsen tentunya memiliki pangsa pasarnya masing-masing. Ketika terdapat

---

<sup>5</sup> Ni Kadek Darmayanti, Yuwono, 2014, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *Online* di Indonesia", Kertha Semaya, Vol. 02, No. 02, Februari 2014, hal. 2, Nama Situs: ojs.unud.ac.id, URL: <http://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/8269/6169>, diakses pada 17 Juli 2022.

<sup>6</sup> Merdeka, "Indonesia Surga Barang Palsu" diakses melalui <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-surga-barang-palsu.html> diakses pada 29 September 2022

minat yang besar dari konsumen, maka produsen akan memproduksi barang yang diminati oleh konsumen tentunya.

Produsen memproduksi sepatu karena tingginya permintaan dari konsumen di Indonesia. Menurut Data yang diberikan oleh Kementerian Perindustrian RI, Produsen sepatu di Indonesia menempati urutan ke-4 terbesar di dunia.<sup>7</sup> Menduduki posisi ke-4 terbesar di dunia tentunya tetap saja terdapat produsen yang berbuat curang yaitu memproduksi sepatu palsu dengan merek terkenal. Produsen melakukan produksi sepatu palsu karena produsen dapat memotong banyak biaya yang seharusnya harus dikeluarkan oleh para produsen sepatu asli.<sup>8</sup> Dalam permintaan yang besar dari konsumen, tentunya tidak semua dari konsumen dapat mengenali sepatu tersebut asli atau palsu. Maka dari itu, masih tetap ada saja pelaku usaha yang curang dengan memberikan berita bohong kepada konsumen terkait dengan sepatu yang dijualnya.

Kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang melaju pesat telah menunjang globalisasi Hak Kekayaan Intelektual. Barang atau jasa yang hari ini diproduksi oleh satu negara, dapat diproduksi oleh negara-negara lain setelah beberapa saat. Munculnya barang atau jasa yang dalam proses produksinya telah menggunakan Hak Kekayaan Intelektual telah menghadirkan Hak Kekayaan

---

<sup>7</sup> Kemenperin, "Indonesia Produsen Keempat di Dunia" diakses melalui <https://kemenperin.go.id/artikel/20539/%20Indonesia-Produsen-Alas-Kaki-Terb Besar-Keempat-Di-Dunia> diakses pada 29 September 2022

<sup>8</sup> Kompasiana, "Sebulan Produk Imitasi sebagai Ancaman Dunia Internasional" diakses melalui <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/tatamara/5c8b18b63ba7f73713091bc2/produk-imitasi> diakses pada 29 September 2022

Intelektual pada saat yang bersamaan ketika barang atau jasa tersebut ditawarkan. Kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual juga berkembang bersamaan dengan kebutuhan melindungi barang atau jasa sebagai komoditi barang dagang. Melindungi barang atau jasa ini dapat memunculkan pemalsuan ataupun kecurangan.<sup>9</sup>

Indonesia telah membuat Peraturan perundang-undangan terkait Hak Kekayaan Intelektual sejak tahun 1840. Pemerintah Belanda memperkenalkan peraturan terkait perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pada tahun 1844.<sup>10</sup> Hak merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang harus dilindungi secara ketat. Perlunya perlindungan secara ketat karena merek merupakan suatu hak yang penting dalam kegiatan usaha maupun dalam kegiatan perdagangan. Oleh karena itu, Pemerintah Negara Indonesia menciptakan peraturan perundang-undangan untuk memperjelas hukum terkait Hak Kekayaan Intelektual terkhusus hak merek. Ketentuan tentang merek diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis. Hak Kekayaan Intelektual lahir menurut instrumen hukum dan memiliki peran sebagai institusi, Hak Kekayaan Intelektual tumbuh dan dikembangkan melalui rasionalitas filosofis mengenai pentingnya pengakuan, penghargaan, dan perlindungan kepada hak yang lahir dan ada hubungannya dengan kreasi intelektual

---

<sup>9</sup> Budi Agus Riswandi , et all, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 82.

<sup>10</sup>Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 215.

seperti alamnya yang diserahkan kepada hak milik lainnya yang memiliki nilai ekonomi.<sup>11</sup>

Maraknya barang-barang bermerek terkenal dari luar negeri di Indonesia tersebut memberikan kegiatan baru untuk Indonesia, terkhusus dalam bidang yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap pemalsuan barang-barang bermerek tersebut yang mungkin terjadi. Dalam zaman perdagangan global, peran hukum atas Hak Atas Kekayaan Intelektual menjadi sangat penting, terkhusus untuk menjaga persaingan usaha yang sehat serta untuk mencegah kemungkinan adanya persaingan yang tidak sehat berupa kecurangan seperti peniruan atau penjiplakan, pembajakan, ataupun pemanfaatan pemakaian Hak Atas Kekayaan Intelektual yang tanpa hak dari pemegang merek yang sebenarnya.<sup>12</sup>

Barang palsu sering disebut dengan istilah-istilah selain istilah “palsu” Istilah-istilah tersebut seperti barang KW, barang KW super, barang Premium, barang OEM, dan sebagainya. Pemalsuan terhadap sebuah sepatu merupakan sebuah tindakan pelanggaran terhadap hak eksklusif yang dimiliki oleh pemilik merek terdaftar. Pemalsuan mengarah hanya bagi kasus pelanggaran hak merek dagang (*trademark*), namun dalam prakteknya pemalsuan pun mencakup tindakan penyusunan sebuah barang yang merujuk kepada bentuk fisiknya yang sengaja dibuat begitu mirip sedemikian rupa dengan barang aslinya. Hal tersebut terkadang

---

<sup>11</sup> Henry Soelistyo, *Hak Kekayaan Intelektual: Konsep, Opini, dan Aktualisasi*, (Jakarta: Penaku, 2014), hal. 3.

<sup>12</sup> Sulastri Sulastri, Satino Satino, dan Yuliana Yuli W, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)”, Dalam *Jurnal Yuridis*, Vol. 5, No. 1. Juni 2018, hal. 161.

dapat membuat konsumen bingung dalam menentukan barang yang asli yang ingin mereka beli.<sup>13</sup>

Perputaran barang palsu, barang bermutu rendah, ataupun barang imitasi atau tiruan membuat konsumen sebagai pembeli memiliki banyak pilihan, pilihan tersebut tergantung dari daya beli konsumen tersebut. Permintaan untuk konsumen yang kalangan menengah kebawah namun tidak ingin ketinggalan zaman ataupun ingin ikut serta dalam tren masa kini ingin memiliki barang-barang bermerek dengan harga yang terjangkau untuk menunjang gaya dan tingkat kemodisan seseorang. Maka dari itu, konsumen dari kalangan menengah kebawah ketika mendapati harga yang murah dan berita yang tertulis merupakan sepatu asli, mereka langsung membeli sepatu tersebut sesuai dengan berita yang tertera. Pembeli juga datang dari kalangan menengah keatas atau kalangan sosialita. Untuk konsumen yang datang dari kalangan menengah keatas, mereka tidak memikirkan harga yang dibandrol oleh pelaku usaha. Maraknya peredaran barang palsu membingungkan banyak pihak, selain itu merugikan pemerintah dari tarif pajak yang dikenakan terhadap barang-barang bermerek, investor ataupun pemegang merek, kehadiran dari barang palsu pun di pasar merugikan pelaku sektor industri termasuk konsumen, sebagai pemakai meskipun mereka dapat membedakan secara langsung barang tersebut asli atau palsu tetapi acapkali konsumen mengabaikan hal tersebut untuk menunjang gaya hidup dan tingkat kemodisannya, keadaan seperti itu

---

<sup>13</sup> Desyra Sukma Dewanthi, *Pengaruh Faktor Sosial Dan Personal Terhadap Sikap Dan Keinginan Konsumen Untuk Membeli Barang Fashion Tiruan (Counterfeited Fashion Goods)*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2008), hal. 1.

memerlukan perhatian dari pemerintah agar pemegang merek atau investor mendapatkan jaminan perlindungan hukum dari perkembangan merek-merek terkenal palsu.

Di era sekarang pemalsuan adalah kegiatan yang marak terjadi di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia maka dari itu banyak upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan masyarakat untuk mengatasi tindakan pemalsuan. Akan tetapi, meskipun telah dilakukan upaya-upaya penanggulangan terhadap kegiatan pemalsuan, pemilik *trademark* tetap memiliki kesulitan dalam membujuk pemerintah agar melakukan tindakan lainnya untuk menanggulangi tindakan pemalsuan. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu, sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Pemalsuan merupakan prioritas yang rendah jika dibandingkan dengan aksi kriminal lainnya;
- b. Sulitnya bagi pemerintah untuk mengontrol kegiatan pemalsuan;
- c. Prosedur pembuatan hukum tentang pemalsuan kompleks.

Pemalsuan terhadap merek-merek terkenal dapat merugikan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Konsumen ingin mendapatkan barang sesuai dengan pesannya. Konsumen ingin menikmati barang-barang tersebut dengan kualitas yang baik sesuai dengan berita yang diberikan dalam deskripsi yang tertera di *website e-commerce*. Merek harus didaftarkan, sehingga terdaftarnya merek merupakan bukti bagi pemegang merek akan dilegalkan atas

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

kepemilikan merek produk dagangannya. Hal tersebut sesuai dengan prinsip yang diterapkan oleh UU Merek dan Indikasi Geografis Indonesia yaitu, sebagai berikut:

- a. *First to file principle*
- b. *First out principle.*

Berdasarkan prinsip tersebut, maka secara perorangan atau produsen ataupun penjual barang yang ingin mempunyai hak atas merek terkait wajib melakukan pendaftaran atas merek terkait.<sup>15</sup> Maka dari itu Penulis mengangkat judul “PERLINDUNGAN BAGI PEMEGANG MEREK TERDAFTAR DAN KONSUMEN TERKAIT JUAL BELI SEPATU BERMEREK MELALUI *E-COMMERCE*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana kepastian hukum bagi pemegang merek terdaftar yang mereknya dipalsukan oleh pelaku usaha melalui *e-commerce*?
2. Bagaimana pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli sepatu melalui *e-commerce* tetapi tidak sesuai dengan informasi yang diberikan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh Penulis dalam melakukan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Budi Agus Riswandi dan M. Syamsuddin, *Op. cit.*, hal. 85.

1. Menganalisis kepastian hukum bagi pemegang merek terdaftar yang mereknya dipalsukan melalui *e-commerce*.
2. Menganalisis pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli sepatu melalui *e-commerce* tetapi tidak sesuai dengan informasi yang diberikan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dedikasi pemikiran serta gagasan untuk kemajuan dan perkembangan ilmu hukum terkhusus pada bidang hukum perlindungan hukum bagi konsumen.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi perhatian baru dalam rangka perbaikan peraturan perundang-undangan di Indonesia menurut hierarki perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha agar dapat mempertimbangkan hukum yang memenuhi rasa keadilan bagi masyarakat.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk dapat mempermudah pembaca dalam mengerti pembahasan yang diusulkan oleh Penulis dalam penelitian ini, maka Penulis akan memaparkan uraian singkat tentang isi dari setiap bab, yaitu sebagai berikut:

##### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Dalam bab I yaitu pendahuluan akan dibagi kedalam 5 (lima) bagian yaitu, latar belakang yang menjelaskan terkait alasan

dari Penulis ingin melakukan penelitian ini dan permasalahan terkait perlindungan hukum bagi konsumen apabila dilakukan kecurangan terhadap konsumen yang membeli barang bermerek kepada pelaku usaha melalui media elektronik, rumusan masalah yang akan menjadi pokok pembahasan, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II** TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka ini, Penulis membahas mengenai teori kepastian hukum dan teori perlindungan hukum yang berkaitan erat dengan perlindungan hukum bagi konsumen dan teori hukum mengenai jual-beli dalam media komunikasi elektronik yang merupakan inti dari ulasan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB III** METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian, Penulis akan menjelaskan mengenai metode pendekatan, jenis penelitian, tipe penelitian, serta jenis data yang digunakan dalam ulasan penelitian ini.

## **BAB IV** HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dalam bab IV ini akan dijelaskan hasil dari penelitian, Penulis akan menjabarkan mengenai bagaimana pengaturan yang terdapat di Indonesia terkait perlindungan hukum bagi konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam media

komunikasi elektronik di Indonesia. Dalam bagian analisis, Penulis akan menjelaskan tentang pandangannya terhadap kegiatan pemalsuan merek terkenal yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual barang tersebut kepada konsumen melalui media komunikasi elektronik.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab kesimpulan dan saran, Penulis menuliskan kesimpulan secara keseluruhan terkait penelitian ini dan Penulis akan memberikan saran terkait hasil dari permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

