

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era digital telah mengubah cara masyarakat berbelanja, dengan *e-commerce* menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Kemudahan dan variasi produk yang ditawarkan *platform e-commerce* menarik minat konsumen, mendorong pertumbuhan pesat industri ini di Indonesia seperti yang disampaikan oleh Rahayu dan Syam (2021) *Shopee*, sebagai salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Indonesia, memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli online.

Namun, popularitas *e-commerce* juga membawa serta tantangan baru, salah satunya adalah masalah pelanggaran merek dan hak cipta. Produk yang tidak sesuai deskripsi seringkali ditemukan di *platform e-commerce*, menimbulkan kerugian bagi konsumen dan pemilik merek. Pelanggaran ini tidak hanya merusak reputasi merek, tetapi juga dapat menyebabkan kerugian finansial yang signifikan (Wijaya, 2023).

Praktik pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *platform e-commerce* seperti *Shopee* menjadi perhatian serius. Produk palsu atau tiruan yang dijual dengan deskripsi yang berbeda dari aslinya dapat menyesatkan konsumen. Hal ini tidak hanya merugikan konsumen yang merasa tertipu, tetapi juga merusak citra merek asli dan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap *platform e-commerce* (Sinaga, 2020).

Perlindungan merek dan hak cipta merupakan aspek penting dalam menjaga integritas pasar dan mendorong inovasi. Hukum Indonesia telah mengatur perlindungan merek dan hak cipta, namun implementasinya di *platform e-commerce* masih menghadapi tantangan. Masalahnya, *platform e-commerce* seringkali kesulitan untuk memantau dan mengawasi jutaan produk yang dijual di *platform* mereka (Lie dkk, 2024).

Pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee* dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Misalnya, penjual dapat menjual produk palsu dengan merek yang mirip dengan merek terkenal. Mereka juga dapat menjual produk dengan deskripsi yang berbeda dari produk aslinya, seperti menjual produk dengan kualitas yang lebih rendah atau fitur yang berbeda.

Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga pemilik merek. Merek asli kehilangan potensi penjualan dan citra mereka tercoreng akibat produk palsu atau tiruan yang berkualitas rendah. Selain itu, pelanggaran merek dan hak cipta juga dapat menghambat inovasi dan kreativitas, karena pemilik merek merasa tidak aman untuk berinvestasi dalam pengembangan produk baru.

Masalah pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee* memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak terkait. Pemerintah, *platform e-commerce*, pemilik merek, dan konsumen perlu bekerja sama untuk mengatasi masalah ini. Pemerintah perlu memperkuat regulasi dan penegakan hukum terkait pelanggaran merek dan hak cipta. *Platform e-commerce* perlu meningkatkan mekanisme pengawasan dan penanganan laporan pelanggaran. Pemilik merek perlu aktif melindungi merek mereka dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk mereka. Konsumen juga perlu lebih berhati-

hati dalam membeli produk secara online dan melaporkan jika menemukan produk yang tidak sesuai deskripsi (Semaun, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam masalah pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*. Penelitian ini akan mengkaji hukum yang berlaku terkait perlindungan merek dan hak cipta di *platform e-commerce*, mengidentifikasi praktik pelanggaran yang terjadi, dan menganalisis implikasi hukum dari pelanggaran tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi upaya peningkatan perlindungan merek dan hak cipta di *platform e-commerce* dan memberikan pemahaman yang lebih baik bagi konsumen dan pemilik merek tentang masalah ini.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah, *platform e-commerce*, pemilik merek, dan konsumen tentang langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengatasi masalah pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan *e-commerce* yang lebih aman dan nyaman bagi semua pihak.

Sebagai penutup, penting untuk diingat bahwa masalah pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee* adalah masalah kompleks yang memerlukan solusi komprehensif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah awal dalam upaya mencari solusi yang efektif untuk mengatasi masalah ini dan menciptakan ekosistem *e-commerce* yang lebih sehat di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana hukum Indonesia mengatur perlindungan merek dan hak cipta pada produk yang dijual di *platform E-commerce* seperti *Shopee*?
2. Bagaimana praktik pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*?
3. Apa implikasi hukum dari pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang terkait dengan pelanggaran merek dan hak cipta pada produk yang dijual di *platform e-commerce*, penelitian ini membatasi ruang lingkupnya pada beberapa aspek utama:

1.3.1. Fokus pada *Platform E-commerce*

Penelitian ini secara khusus akan mengkaji pelanggaran merek dan hak cipta yang terjadi di *platform e-commerce Shopee*. *Platform* lain seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada tidak akan menjadi fokus utama penelitian ini.

1.3.2. Jenis Pelanggaran

Penelitian ini akan membatasi diri pada analisis pelanggaran merek dan hak cipta yang terkait dengan produk yang tidak sesuai deskripsi. Bentuk pelanggaran lain seperti penjualan barang palsu atau tiruan secara keseluruhan tidak akan dibahas secara mendalam.

1.3.3. Aspek Hukum

Penelitian ini akan mengkaji pengaturan hukum di Indonesia terkait perlindungan merek dan hak cipta pada produk yang dijual di *platform e-commerce*, termasuk Undang-Undang Merek, Undang-Undang Hak Cipta, dan peraturan terkait lainnya. Aspek hukum internasional tidak akan dibahas dalam penelitian ini.

1.3.4. Wilayah Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada wilayah Indonesia, dan tidak akan membahas praktik dan regulasi di negara lain terkait pelanggaran merek dan hak cipta di *platform e-commerce*.

Dengan batasan masalah ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang lebih mendalam dan fokus terhadap isu pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *platform e-commerce Shopee*, serta implikasi hukumnya di Indonesia.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan memahami hukum yang mengatur perlindungan merek dan hak cipta pada produk yang dijual di platform E-commerce seperti Shopee.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis praktik pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*.
3. Menganalisis implikasi hukum dari pelanggaran merek dan hak cipta pada produk tidak sesuai deskripsi di *Shopee*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum kekayaan intelektual dan hukum *e-commerce*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian teoritis mengenai perlindungan merek dan hak cipta di era digital, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan dan implikasi pelanggaran merek dan hak cipta di *platform e-commerce*.

1.5.2. Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai praktik pelanggaran merek dan hak cipta yang terjadi di *platform e-commerce*, serta implikasi hukumnya. Hasil penelitian ini dapat membantu pemilik merek untuk lebih aktif melindungi merek mereka di *platform e-commerce*, serta mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencegah dan menindak praktik pelanggaran merek dan hak cipta.

1.5.3. Kebijakan:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan dan mengevaluasi kebijakan terkait perlindungan merek dan hak cipta di *platform e-commerce*. Hasil penelitian ini dapat membantu pemerintah untuk memperkuat regulasi dan penegakan hukum terkait pelanggaran merek dan hak cipta, serta menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih kondusif bagi pelaku usaha dan konsumen.