

Optimalisasi Perlindungan Hukum Terhadap *E-Commerce Websites* Dikaji dari Perspektif Hak Kekayaan Intelektual

Annisa Nur Rahmawati¹, Febrina Putri¹, Tsalissy Nabila^{1*}

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran, Malang, Jawa Timur 65145

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: tsalissyababila@student.ub.ac.id.

Abstract

Along with the development of the era, the physical store model has begun to change to a digital business model. It has created new legal problems, especially in the legal protection of aspects of intellectual property rights. The research conducted in this discussion focuses on identifying and analyzing on how to optimize the protection of Intellectual Property Rights in e-commerce websites, which is a digital business model, as the main object of research. The researcher raises the following problem formulations: (1) What is the analysis of e-commerce websites based on the perspective of Intellectual Property Rights? (2) What is the legal remedies that could be put to optimalize the protection of e-commerce websites based on the perspective of Intellectual Property Rights? This research is a normative juridical research, conducted by examining primary and secondary legal materials. The technique used to collect legal materials is carried out through library research, supported by conceptual approach and comparative approach. The analysis of legal materials used in this study is a method of systematic interpretation. The results in this study show that good protection of IPR certainly improves the quality of e-commerce itself. There are certain attempts to use Lex Informatics to resolve Intellectual Property Rights disputes by seeing that e-commerce operates via the internet or is in cyberspace, both in terms of principles in International Private Law, doctrines that applied in Intellectual Property Rights, and by adopting a set of rules applied by other countries. such as the United States and India.

Keywords: *E-Commerce, Websites, Legal Protection, Intellectual Property Rights.*

Abstrak

Seiring berkembangnya zaman, model toko fisik mulai berubah ke model bisnis digital, yang mana menimbulkan masalah-masalah hukum baru, terutamanya dalam perlindungan hukum atas aspek-aspek hak kekayaan intelektual. Penelitian yang dilakukan dalam pembahasan ini berfokus untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana langkah yang ditempuh untuk mengoptimalkan perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang ada dalam e-commerce websites, yang merupakan salah satu model bisnis digital, sebagai objek penelitian. Rumusan masalah yang diangkat yaitu: (1) Bagaimana analisis terhadap e-commerce websites dari perspektif hak kekayaan intelektual? (2) Bagaimana upaya hukum untuk mengoptimalkan perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap e-commerce websites? Jenis penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan mengkaji bahan hukum primer dan sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan serta menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode interpretasi sistematis. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap HKI yang baik tentu meningkatkan kualitas dari e-commerce itu sendiri. Terdapat beberapa upaya tertentu dengan menggunakan Lex Informatika untuk menyelesaikan sengketa HKI melihat e-commerce beroperasi melalui internet atau berada pada ruang siber, baik ditinjau melalui prinsip dalam Hukum

Perdata Internasional, doktrin yang berlaku dalam HKI, maupun dengan mengadopsi seperangkat aturan yang diterapkan negara lain seperti Amerika Serikat dan India.

Kata kunci: *E-Commerce, Websites, Perlindungan Hukum, Hak Kekayaan Intelektual.*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melahirkan era yang dikenal sebagai era ekonomi digital. Ekonomi digital, menurut Malecki dan Moriset, adalah pemakaian secara luas atas teknologi informasi yang terdiri atas perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, dan aplikasi dalam seluruh aspek perekonomian. (Puslitbang APTIKA dan IKP, 2016). Konsep ini tidak sekedar berbicara terkait bisnis atau perdagangan melalui media digital, tetapi segala sesuatu yang berkaitan dengan penerapan dan penggunaan TIK yang memiliki dampak pada sektor ekonomi. Aktivitas ekonomi digital di Indonesia mulai berkembang dengan seiring berkembangnya era ekonomi digital. Aktivitas ini meliputi aktivitas keuangan, dukungan penjualan barang dan jasa, transaksi *e-commerce*, dan aktivitas lain yang menggunakan internet. Hal ini ditandai juga dengan perubahan bisnis model yang ada di Indonesia. Jika pada model sebelumnya, yakni Model Konvensional, dalam pelaksanaan transaksi didominasi dengan cara tatap muka antara penjual dan pembeli, maka kini eksistensi *website*, media sosial, layanan *Over the Top* (OTT), dan layanan internet lainnya telah meminimalisir tatap muka antara penjual dan pembeli.

Seiring berkembangnya zaman, model toko fisik mulai berubah ke model bisnis iklan baris/*classifieds/listing*, FJB-Kaskus, OLX.co.id, dan Berniaga), *shopping mall* (misalnya Matahari Mall), toko online Model *Business to Consumer* (B2C4) (misalnya Zalora, Berrybenka, dan Lazada), *marketplace Consumer to Consumer* (C2C) (misalnya Bukalapak, Tokopedia, dan Lamido), dan toko online di media sosial. Model bisnis ini diperkirakan akan selalu berkembang bahkan berpotensi melahirkan inovasi lain pada bidang ritel. Dengan demikian, beberapa permasalahan perlu diantisipasi pada situasi seperti ini antara lain berkaitan dengan keamanan transaksi dan HKI dari produk. Salah satu model bisnis yang lahir dari era

ekonomi digital adalah toko online B2C. B2C adalah model bisnis yang sederhana, yaitu sebuah toko online dengan alamat *website* nya sendiri dimana penjual memiliki banyak stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli. (Utama, Umar, & Yudhana, 2021). Dalam rangka menarik konsumen, penjual menghadirkan situs web yang menarik dan mudah digunakan oleh pengunjung kanal tersebut. Mulai dari desain web yang menarik, logo, grafis, hingga *software* disusun sedemikian rupa untuk menunjang penggunaan *website* tersebut.

Hal inilah yang disebut sebagai *e-commerce websites*, yakni situs web yang dapat digunakan untuk aktivitas jual beli secara online, meliputi proses pemesanan, menerima pembayaran, mengelola pengiriman dan logistik, serta menyediakan layanan dukungan pelanggan (AbdAlameer, 2014). Ditilik melalui perspektif hukum, *e-commerce websites* masuk ke dalam beberapa kategori, yakni pada hukum Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), hukum perlindungan konsumen, dan hukum HKI.

HKI didefinisikan sebagai hak yang timbul untuk menikmati hasil dari kemampuan intelektual manusia secara ekonomi (Yulia, 2015). Untuk mendukung implementasi payung hukum internasional dalam hak kekayaan intelektual, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) membentuk badan khusus internasional yang berperan dalam mengembangkan perlindungan hukum atas kekayaan intelektual yang diberi nama *World Intellectual Property* atau WIPO pada tanggal 14 Juli 1967 di Stockholm, Swedia. Regulasi mengenai hak kekayaan intelektual mencapai puncaknya pada tahun 1994 dengan disahkannya Persetujuan Pembentukan *World Trade Organization* (WTO) sebagai organisasi perdagangan internasional baru oleh para negara anggota GATT 1947 pada tanggal 15 April 1994 di Maroko. Satu diantara empat lampiran utama yang dijadikan dasar pembentukan WTO adalah persetujuan *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) (Nugraha, 2010). Di Indonesia, perkembangan hukum atas HKI mulai melesat setelah secara resmi menjadi

negara anggota WTO pada tahun 1994 dengan perubahan undang-undang hak kekayaan intelektual agar sesuai dengan aturan dalam TRIPs. (Maulana, 1999) .

Dilihat dari aspek penggunaan internet dan infrastruktur teknologi, kekayaan intelektual memiliki peran penting dalam *e-commerce*. Pertama, HKI melindungi kepentingan bisnis dan entitas perusahaan atau individu dari persaingan tidak sehat. Kedua, kekayaan intelektual terlibat dalam sistem kerja *e-commerce* sebagai komponen seperti perangkat lunak, *chip*, jaringan, desain, hingga *router* yang harus dilindungi untuk memungkinkan berfungsinya Internet. Ketiga, semua *e-commerce* dan bisnis online didasarkan pada lisensi produk atau paten. Keempat, *e-commerce* menganggap kekayaan intelektual sebagai aset yang paling berharga dan portofolio Paten dan merek dagang seringkali dimiliki untuk meningkatkan nilai bisnis online mereka. (Kashish Intellectual Property Group (KIPG), 2022).

Dalam perkembangannya, *e-commerce websites* di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar atas resiko adanya penjiplakan, pencurian, atau pengakuan atas desain, fitur, hingga konten digital oleh pihak lain yang tidak bertanggungjawab. Berdasarkan dokumen berjudul *Review of Notorious Markets for Counterfeiting and Piracy (the Notorious Markets List* yang dikeluarkan oleh pemerintah Amerika Serikat pada tahun 2021, dinyatakan bahwa beberapa *e-commerce* yang dimiliki dan beroperasi di Indonesia, yakni Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia, masuk ke dalam kategori yang perlu diawasi karena maraknya kegiatan pembajakan dan distribusi barang ilegal (Santoso, 2022).

Selama ini, mayoritas masyarakat hanya mengetahui seputar perlindungan HKI terhadap domain *website*. Padahal, banyak unsur dalam *website* dapat dilindungi oleh berbagai jenis HKI yang tersedia, misalnya *software* dapat dilindungi oleh hak cipta dan/atau paten hingga desain *website* yang dapat dilindungi oleh hak cipta bergantung pada hukum nasional atas HKI yang berlaku. Hal ini dapat dicegah dengan tindakan preventif berupa perlindungan hukum terhadap HKI atas elemen-elemen yang ada pada *e-commerce website*.

Terkait dengan hukum siber, Pasal 25 UU ITE secara umum telah mengatur mengenai perlindungan kekayaan intelektual, yang berbunyi: “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Bagi yang melanggar, akan dikenakan sanksi administratif sebagaimana diatur dalam Pasal 96 *jo.* Pasal 100 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019. Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik atau PP PSTE, yang mana dapat berupa yakni dapat berupa teguran tertulis, denda, penghentian sementara, pemutusan akses, hingga pengeluaran dari daftar terdaftar.

Seiring dengan berkembangnya waktu, regulasi dan implementasi HKI juga harus turut berkembang mengingat permasalahan yang timbul semakin beragam terutama pada era serba digital. Perusahaan perlu memahami pentingnya perlindungan kekayaan intelektual untuk mencapai tujuan yang lebih baik bagi perusahaan kedepannya (Lin, 2021).

Meninjau dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka penulis menyusun penelitian yang berjudul “Optimalisasi Perlindungan Hukum Terhadap *E-Commerce Websites* Dikaji dari Perspektif Hak Kekayaan Intelektual”. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini diantaranya: (1) Bagaimana analisis terhadap *e-commerce websites* dari perspektif hak kekayaan intelektual? (2) Bagaimana upaya hukum untuk mengoptimalkan perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap *e-commerce websites*?

Salah satu publikasi terdahulu yang dijadikan dasar dalam penelitian ini adalah jurnal yang dirilis pada tahun 2008 oleh German, et al. dari University of Victoria, berjudul ‘*Managing legal risks associated with intellectual property on the web*’. Penelitian tersebut memfokuskan potensi resiko hukum berkaitan dengan hak cipta, paten, dan merek dagang, dimana dalam penelitian ini lingkup tersebut juga diperluas kepada jenis HKI berupa desain industri dan rahasia dagang. Selain itu, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan hukum di Amerika Serikat, penelitian ini menggunakan bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan di Indonesia

serta beberapa prinsip dalam Hukum Perdata Internasional. Melalui penelitian ini, diharapkan segala unsur-unsur kekayaan tidak berwujud yang khusus ada di dalam *e-commerce website* dalamnya dapat dilindungi secara optimal.

Perlindungan Hukum

Philipus mengemukakan bahwa perlindungan hukum ialah bentuk pengayoman atas hak asasi manusia yang dirugikan oleh pihak lain dan perlindungan tersebut diberikan agar hak-hak yang diberikan oleh hukum dapat dinikmati oleh masyarakat. Perlindungan hukum menurut Harjono adalah bentuk perlindungan melalui sarana hukum atau perlindungan atas kepentingan-kepentingan tertentu yang diberikan oleh hukum, yaitu dengan menjadikan kepentingan tersebut sebagai hak hukum. Sementara itu, perlindungan hukum menurut Setiono adalah bentuk upaya atau tindakan guna memberikan perlindungan kepada masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang penguasa yang tidak sesuai dengan undang-undang. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan sebagai upaya atau tindakan guna melindungi masyarakat sebagai subyek hukum atas harkat dan martabatnya dari tindakan penguasa yang sewenang-wenang terhadap kepentingan tertentu yang tidak berlandaskan pada peraturan perundang-undangan (Santi, Yuliantini, & Mangku, 2019).

E-Commerce

Electronic Commerce atau *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli dengan memanfaatkan alat elektronik seperti internet dan telepon. *E-Commerce* mencakup seluruh proses dari pengembangan, penjualan, pemasaran, pelayanan, dan pembayaran pelanggan, dengan didukung oleh mitra bisnis. Sistem *e-commerce* memanfaatkan internet dan bentuk teknologi informasi lainnya dalam setiap prosesnya (Mujiyana & Elissa, 2013). Melalui *e-commerce*, penjual terbantu dalam proses promosi barang dagangannya secara online. Begitu pula dengan pembeli yang terbantu untuk memilih serta membeli barang yang diinginkan. (Yadewani & Wijaya, 2017).

Website

Website dikenal juga sebagai site, situs, portal atau situs web. *Website* memiliki pengertian kumpulan halaman web, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang terletak pada *World Wide Web* (www). Halaman web

tersebut memiliki hubungan antar satu dengan lainnya. *Website* juga dapat dimaknai sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi berupa teks, gambar, suara, audio, video, maupun bentuk informasi lainnya (Jonathan & Lestari, 2015).

Hak Kekayaan Intelektual

HKI didefinisikan sebagai hak yang timbul untuk menikmati hasil dari kemampuan intelektual manusia secara ekonomi (Yulia, 2015). Melalui definisi ini, dapat diperluas bahwa hak kekayaan timbul dari adanya karya-karya yang diciptakan oleh pikiran manusia berupa refleksi dari daya, rasa, dan karsa, baik itu dalam bidang pengetahuan, sastra, hingga teknologi.

Literatur internasional mengenal HKI dengan istilah *Intellectual Property Rights*. Semakin banyak dan semakin tinggi kualitas dari hasil karya yang diciptakan oleh seseorang, maka semakin besar valuasi atau keuntungan secara material atas kekayaan intelektual yang dihasilkannya (Dharmawan, et al., 2017).

Ditinjau melalui ilmu hukum perdata, Konsep HKI merupakan pengembangan jenis kekayaan dalam hukum benda atau *zakenrecht*. Konsep kekayaan tidak hanya mencakup pada kekayaan materil semata, namun juga kekayaan immaterial, yang berupa hasil proses intelektual manusia. Sebagai benda tidak berwujud, maka kekayaan intelektual juga diikuti oleh hak-hak kebendaan sebagaimana yang ada dalam hukum perdata (Simanjuntak, 2018). Pada suatu ciptaan atau temuan, umumnya terdapat lebih dari 1 (satu) jenis hak kekayaan intelektual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian normatif merupakan penelitian terhadap hal-hal yuridis seperti norma-norma hukum yang dijadikan pedoman berperilaku bagi masyarakat (Effendi, 2018). Berbagai bahan hukum primer yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, dan

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019. Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Sedangkan untuk bahan hukum sekunder yang digunakan adalah berupa literatur yang ditulis oleh para ahli hukum yang berpengaruh, hasil dari penulisan ilmiah, serta pendapat para sarjana dan ahli. Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu: (1) Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) yaitu pendekatan dengan cara menganalisis berbagai jenis peraturan perundang-undangan sebagai fokus penelitian (Ibrahim, 2005) 2) Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) yaitu pendekatan dengan menghubungkan prinsip-prinsip hukum dengan doktrin hukum ataupun pendapat sarjana.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan, yang dilakukan dengan cara mengkaji literatur dan peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik bahasan penelitian. Sementara itu, Analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode interpretasi secara sistematis, yakni dilakukan dengan menghubungkan penjelasan antara satu pasal dengan pasal lainnya dalam satu atau lebih perundang-undangan, yang mana perundang-undangan tersebut harus memiliki substansi yang saling berkaitan.

HASIL & PEMBAHASAN

***E-commerce websites* Dikaji Dari Perspektif Hak Kekayaan Intelektual**

Bisnis dalam *e-commerce websites* bergantung pada bagaimana perlindungan terhadap unsur hak kekayaan intelektual di dalamnya. Perlindungan terhadap HKI yang baik tentu meningkatkan kualitas dari *e-commerce* itu sendiri (Kashish Intellectual Property Group (KIPG), 2022). Ditinjau dari perspektif HKI, banyak komponen dari *e-commerce websites* yang harus dilindungi, baik yang dilindungi sebagai pengguna pertama kali (*first to use*) maupun yang dilindungi karena didaftarkan (*first to file*).

Berikut merupakan identifikasi komponen dalam *website* yang dapat dilindungi oleh HKI:

Hak Cipta (*Copyright*)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta)

mendefinisikan Hak Cipta sebagai: “Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Beberapa komponen *e-commerce websites* yang termasuk dalam Pasal 40 Undang-Undang Hak Cipta sebagai ciptaan yang dapat dilindungi yaitu diantaranya:

1. Desain *Interface* yang digunakan dalam *website* (Pasal 40 huruf f);
2. Konten kreatif dalam *website*, seperti karya dalam bentuk tertulis (Pasal 40 huruf a), musik (Pasal 40 huruf d), potret dan foto (Pasal 40 huruf l dan m), dan video (Pasal 40 huruf m);
3. *Database*, sebagai salah satu bentuk ciptaan pengalihwujudan (Pasal 40 huruf n);
4. *Software*, termasuk juga di dalamnya *text-based HTML code*, dan modul sistem CRM, yang digunakan dalam *website* (Pasal 40 huruf s)

Perlindungan Hak Cipta di Indonesia terhadap suatu ciptaan menggunakan sistem *first to use* berdasarkan Pasal 12 ayat (3) UU Hak Cipta, sehingga tidak tetap diakui sebagai hak cipta walau tidak dipublikasikan maupun didaftarkan secara resmi.

Merek (*Trademark*)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang selanjutnya disebut UU MIG, memberi definisi merek sebagai: “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Dalam *e-commerce websites*, nama toko maupun nama bisnis, logo, nama produk yang didistribusikan, nama domain baik pada *website* maupun media sosial, termasuk ke dalam yang dilindungi sebagai Merek dalam HKI. Berbeda dengan Hak Cipta, perlindungan terhadap Merek menerapkan sistem *first to file*, sehingga perlu untuk segera mendaftarkan segala unsur yang termasuk ke dalam Merek sebelum didahului oleh pengguna lain.

Paten (*Patent*)

Paten merupakan hak eksklusif yang diberikan negara pada penemu/inventor atas penemuannya pada bidang-bidang teknologi dalam suatu jangka waktu tertentu. Komponen dalam *website* yang bersifat teknikal seperti kolom pencarian maupun *tools* optimasi *website* tergolong dalam penemuan yang dapat dilindungi sebagai Paten, sejauh bersifat hal yang baru (*novelty*) dan tidak dapat diduga sebelumnya (*inventive step*).

E-commerce websites yang pada dasarnya bergerak di kegiatan ekonomi dan bisnis bergantung pada produk dan lisensi paten. Ketergantungan tersebut disebabkan beragamnya teknologi yang diperlukan untuk membantu perusahaan menciptakan produk dan melakukan pemeliharaan situs distribusi (*website*), yang mana seringkali didapatkan dengan perjanjian lisensi dengan *developer* di luar perusahaan (Legal Pedia, 2022). Sistem registrasi Paten di Indonesia menggunakan sistem *first to file* berdasarkan ketentuan Pasal 22 ayat (1) dan Pasal 23 ayat (1) UU Paten.

Unsur *novelty* yang digunakan dalam regulasi Paten di Indonesia juga merupakan kebaruan bersifat luas (*worldwide novelty*), yakni suatu invensi tidak dapat dikatakan baru apabila invensi telah dipertunjukkan maupun digunakan di Indonesia dan/atau luar negeri. Hal ini dapat dicermati dari rumusan pada Pasal 5 ayat (1) dan ayat (2) UU Paten mengenai lingkup Paten.

Desain Industrial (*Industrial Design*)

Desain Industri merupakan kreasi mengenai bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis dan/atau warna dalam bentuk dua atau tiga dimensi yang mana perpaduan tersebut memberi kesan estetika untuk kemudian diolah menjadi produk, barang, komoditas industri, ataupun kerajinan tangan.

Komponen dalam *website* juga ada yang perlu dilindungi oleh HKI berupa desain industri, yakni seperti *screen displays*, *graphic user interfaces* (GUIs), *webpages*, dan *computer-generated graphic symbols*. Desain industri menerapkan sistem pendaftaran sistem *first to file* melihat dari Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, sehingga perlu untuk segera didaftarkan untuk dapat melakukan klaim terhadap hak terkait.

Rahasia Dagang (*Trade Secret*)

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang mendefinisikan bahwa, "Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang." Pada Pasal 2 juga disebutkan bahwa objek yang dapat dilindungi melalui rahasia dagang menyangkut metode penjualan, pengolahan, produksi, atau informasi lain di bidang teknologi atau bisnis yang bersifat ekonomis dan tidak pernah diketahui oleh publik sebelumnya.

Terdapat berbagai komponen tersembunyi dalam *website* yang dapat dilindungi oleh UU Rahasia Dagang selama informasi tersebut tidak terbuka kepada publik dan dijaga kerahasiaannya oleh perusahaan. Komponen tersebut dapat berupa *source code*, *object code*, algoritma, data dan *logic flow charts*, *user manuals*, dan *data structures*, hingga yang terpenting adalah mengenai daftar dan data pribadi konsumen.

Permasalahan lain dalam *e-commerce website* adalah mengenai bagaimana penyelesaian dilaksanakan apabila terjadi sengketa, melihat *e-commerce* beroperasi melalui internet atau berada pada ruang siber. Dalam hal ini, maka diperlukan suatu pendekatan hukum baru yang memiliki perbedaan dengan regulasi berdasarkan batas-batas wilayah secara riil (*physical location*), atau yang dikenal sebagai Lex Informatika.

Eksistensi dunia tanpa adanya batas atau *borderless world* pada ruang siber membuat sengketa-sengketa dalam *e-commerce websites* perlu untuk mencantumkan penggunaan prinsip dan asas dalam Hukum Perdata Internasional (HPI) dalam ketentuan penyelesaian sengketanya. Prinsip dan asas tersebut mencakup perkara hukum negara mana yang akan diterapkan, pengadilan dan arbitrase mana yang berwenang mengadili. Dalam HPI, terdapat 2 (dua) prinsip kompetensi, yang mana diungkapkan dalam Febriharini, 2016, yakni adalah sebagai berikut:

The Principle of Basis of Presence

Prinsip ini mengungkapkan bahwa pengadilan yang berwenang untuk mengadili sengketa

adalah pengadilan dimana tergugat bertempat tinggal

The Principle of Effectiveness

Prinsip ini menentukan kewenangan mengadili oleh pengadilan berdasarkan dimana benda maupun objek gugatan bertempat. Kedua prinsip ini merupakan pilihan bagi para pihak dalam sengketa *e-commerce website*. Namun, dua prinsip ini dapat dikesampingkan apabila telah terdapat jaminan pelaksanaan dari pihak internasional, semisal pengaturan melalui konvensi internasional.

Upaya Hukum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap *E-commerce Websites*

Dasar-dasar yang mengatur perlindungan hak atas kekayaan intelektual terhadap *e-commerce website* telah tercantum pada berbagai regulasi khusus yang menyangkut HKI, seperti Undang-Undang tentang Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis, Desain Industri, hingga Undang-Undang tentang Rahasia Dagang.

Adanya perlindungan terhadap *e-commerce website* dilakukan untuk mencegah penggunaan/peniruan maupun eksploitasi tanpa hak komponen-komponen *e-commerce website* dari pihak lain. Namun, penggunaan karya oleh orang lain dapat dibenarkan dengan beberapa syarat yaitu:

Fair Use Doctrine

Doktrin ini menjelaskan bahwa seseorang dibolehkan menggunakan karya yang telah memiliki hak cipta untuk keperluan tertentu selama memiliki izin dari pemilik hak cipta. Syarat yang dilakukan yaitu mengakui bahwa keberadaan karya atau ciptaan tersebut merupakan milik pencipta aslinya. Dalam menerapkan doktrin *fair use* perlu dilakukan pendekatan kasus menggunakan tolak ukur dalam Pasal 15 UU Hak Cipta. Tolak ukur tersebut diantaranya pencantuman sumber, sifat dan tujuan penggunaan ciptaan, serta potensi timbulnya kerugian bagi pemegang Hak Cipta (Takasdo, 2013).

Safe Harbor

Safe Harbor merupakan peraturan tentang pengecualian tanggung jawab dari pelanggaran Hak Cipta apabila sebelumnya telah dilakukan langkah-langkah yang proaktif sebelum terjadinya pelanggaran (Yeh, Clerk, Jeweler, & Attorney, 2004). *Safe Harbor* dapat berlaku

apabila diikuti dengan regulasi yang lengkap dan tegas sanksinya demi menghindari penyalahgunaan.

Dalam rangka melindungi Hak Kekayaan Intelektual terhadap *e-commerce websites*, beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual *e-commerce website* yaitu:

- a. Mendaftarkan komponen-komponen yang perlu untuk segera didaftarkan (Merek, Paten, Desain Industri);
- b. Mendaftarkan *domain name* yang mencerminkan merek dagang, nama bisnis, atau karakter bisnis seseorang. Jika nama domain juga dapat didaftarkan sebagai merek dagang, maka disarankan untuk melakukannya, karena dapat memperkuat dalam menegakkan hak terhadap siapa pun yang mencoba menggunakan nama tersebut untuk memasarkan produk dan layanan serupa, dan mencegah orang lain untuk mendaftarkan nama yang sama dengan merek dagang;
- c. Memperketat penjagaan kerahasiaan dari Rahasia Dagang terkait, baik melalui tempat penyimpanan maupun cara akses;
- d. Pertimbangkan mengambil *Intellectual Property Insurance* yang mampu menanggung potensi biaya hukum yang timbul di kemudian hari akibat pelanggaran yang terjadi. Pastikan polis asuransi tersebut diketahui oleh publik, misalnya dengan melakukan pemberitahuan melalui *website* sehingga dapat mencegah adanya pihak-pihak tertentu melakukan pelanggaran.

Upaya Penyelesaian Problematika Yurisdiksi dalam Sengketa HKI dalam *E-Commerce Websites*

Berhubungan dengan perkara yurisdiksi, sulit untuk mengadili dan memutuskan sengketa dunia maya atau *cyberdisputes*. Internet dapat secara mudah dan instan melakukan duplikasi ataupun diseminasi atas sebuah karya yang dilindungi oleh HKI. Lingkungan dunia siber yang bersifat anonim membuatnya hampir tidak mungkin untuk mendeteksi setiap orang yang melanggar. Selain itu, pelanggaran tersebut juga mungkin saja tersedia di lokasi tertentu hanya dalam waktu yang sangat singkat.

Perusahaan juga harus mengingat bahwa pada dasarnya HKI bersifat teritorial, sehingga sulit untuk menilai apakah HKI dalam suatu karya

atau penemuan telah dilanggar saat dipublikasikan atau digunakan melalui internet, yang pada hakekatnya tidak terbatas. alam. Misalnya, jika 'Perusahaan A' memiliki merek dagang yang terdaftar di India untuk produk perangkat lunak, tetapi portal web yang berbasis di AS menggunakan merek dagang yang sama untuk memasarkan produk perangkat lunak atau untuk memasarkan beberapa barang lainnya, mungkin akan sulit bagi Perusahaan A untuk menuntut pelanggaran. Selain itu, karena perbedaan hukum di berbagai negara, apa yang merupakan pelanggaran di satu negara mungkin bukan merupakan pelanggaran di negara lain.

Bahkan jika Perusahaan A berhasil membuktikan tindakan pelanggaran, karena HKI yang dimilikinya hanya berlaku untuk India, ruang lingkup penyelesaian sengketa yang mungkin tersedia untuk Perusahaan A akan bersifat teritorial dan bukan global. Dengan demikian, portal web berbasis AS tersebut mungkin dilarang menampilkan situsnya di India atau mungkin harus mencantumkan *disclaimer* atau pemberitahuan mengenai adanya kesamaan merek dagang tersebut di situs webnya. Untuk menahan pelanggaran di negara lain, Perusahaan A mungkin perlu mengajukan proses penyelesaian sengketa, baik litigasi dan non-litigasi, di negara tersebut juga. Proses ini terbukti memakan waktu dan mahal bagi Perusahaan yang dirugikan.

Mengingat mekanisme yang digerakkan oleh teknologi tertentu seperti sistem manajemen hak cipta elektronik atau *Electronic Copyright Management Systems* ("ECMS") dan teknologi digital lainnya yang dikembangkan untuk mencegah pelanggaran HKI. *Copyright Treaty* yang dirilis oleh WIPO secara eksplisit mengamankan bahwa semua pihak yang terikat dengan traktat tersebut, atau dalam kata lain anggota dari WIPO, harus memberikan upaya hukum yang jelas dan memadai untuk mendeteksi segala macam hal yang berpotensi melanggar HKI dari pihak lain, salah satunya adalah dengan adanya penggunaan *Artificial Intelligence* atau AI, yang marak digunakan beberapa tahun ini (*Article 11, Copyright Treaty WIPO, 1996*). Traktat ini dapat dijadikan sebagai dasar hukum dalam penyelesaian sengketa HKI dalam yurisdiksi yang berbeda maupun memuat aturan terkait penyelesaian HKI dalam dunia siber di suatu negara.

Upaya Penyelesaian Problematika *Third Party Ownership* dalam Sengketa HKI dalam *E-Commerce Websites*

Salah satu masalah utama yang paling umum ditemui dalam *e-commerce website* adalah terkait kepemilikan HKI dari sebuah karya.

Seringkali perusahaan *e-commerce* memanfaatkan pihak ketiga atau *third party* (*outsourcing*) dalam merancang situs *web/platform* maupun membuat konten. Masalahnya terletak pada siapakah pemilik HKI atas hasil karya desain dan hal-hal yang dilindungi HKI lainnya (seperti *software, code, konten, dan sebagainya*) yang ada dalam *website* tersebut. Beberapa poin penting untuk dipertimbangkan dalam keadaan seperti itu adalah sebagai berikut:

- a. Perjanjian tertulis yang secara jelas menjabarkan kepemilikan HKI termasuk klausul tentang jangka waktu, wilayah dan sifat hak;
- b. Jika IP pihak ketiga digunakan oleh pihak ketiga, penting untuk memahami rantai kepemilikan (*ownership*) sehubungan dengan HKI yang dimiliki pihak ketiga tersebut dan apakah izin yang sesuai telah diperoleh dari pihak ketiga tersebut;
- c. Masalah terkait di sini adalah penggunaan perangkat lunak yang bersifat *open source*.

Ketika perangkat lunak *open source* digunakan, perusahaan harus memperhatikan secara seksama syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) atas perangkat lunak yang telah dilisensikan tersebut.

Selain itu, juga perlu diperhatikan terkait penggunaan konten yang diciptakan oleh *third party* pada *website*. Penting untuk dipahami bahwa tidak semua konten yang tersedia di domain publik dapat digunakan secara bebas tanpa memperoleh izin atau hak yang diperlukan dari pemilik konten tersebut. Dalam semua kasus ini, HKI, utamanya terkait hak cipta atau merek dagang, dimiliki oleh pihak ketiga dan bisnis *e-commerce* harus mendapatkan persetujuan yang diperlukan. Demikian pula menyediakan tautan ke situs web lain merupakan masalah yang perlu ditangani juga. (The Dialogue & Nishith Desai Associates, 2022).

Upaya Hukum Perlindungan Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Dalam *E-commerce Websites*

Selain beberapa langkah diatas, solusi lain yang

dapat dilakukan yaitu melalui *Digital Millennium Copyright Act* atau biasa dikenal sebagai DMCA. DMCA merupakan seperangkat peraturan yang disahkan di Amerika Serikat pada tahun 1998 yang mengatur mengenai hak cipta atas konten digital, salah satunya terkait *e-commerce websites* (Kurniawan, 2022).

Meskipun diterbitkan di Amerika Serikat, DMCA dapat berlaku di Indonesia karena sejatinya aturan tersebut tidak didasarkan pada dimana seseorang tersebut tinggal. Syarat pendaftaran website ke DMCA yaitu dengan memasang suatu logo proteksi yang diberikan oleh DMCA. Logo ini memiliki fungsi mencegah pencurian konten secara ilegal. Jika konten yang telah didaftarkan digunakan tanpa izin, maka beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu:

Memvalidasi adanya pelanggaran Hak Cipta

Terdapat beberapa pengecualian dalam hak cipta seperti dalam kategori *fair use*. Contoh *fair use* yaitu seperti kritik, reportase berita, pengajaran, komentar, dan riset yang mana kategori tersebut tidak termasuk pelanggaran hak cipta. Selain itu, penggunaan konten yang tidak menghasilkan keuntungan secara finansial termasuk bagian dari *fair use*.

Menghubungi pihak pelanggar

Jika telah memastikan bahwa pelanggaran oleh pihak lain telah terjadi maka langkah selanjutnya adalah menghubungi pihak tersebut. Jika tidak berkenan konten *e-commerce websites* digunakan, maka dapat mengajukan permintaan menghapus atau tetap dapat digunakan namun dengan ketentuan-ketentuan. Namun, jika langkah tersebut telah dilakukan dan diabaikan maka langkah lainnya yaitu dengan mengirimkan *takedown notice*.

Mengirimkan *takedown notice*

Takedown notice merupakan dokumen yang berisi pernyataan mengenai pelanggaran hak cipta yang dilengkapi dengan bukti pelanggaran. Dokumen tersebut ditujukan pada pihak penyedia jasa layanan *hosting* yang menggunakan konten secara ilegal. Pihak yang diberitahu akan menjalankan kewajiban sesuai ketentuan DMCA dan secara otomatis proses penghentian penggunaan konten di layanan mereka akan dilakukan.

KESIMPULAN

Dalam sebuah *e-commerce website*, terdapat banyak komponen yang dapat dilindungi oleh HKI. *E-commerce website* memuat perlindungan atas berbagai macam HKI seperti Hak Cipta (*Copyright*), Merek (*Trademark*), Paten (*Patent*), Desain Industri (*Industrial Design*), hingga Rahasia Dagang (*Trade Secret*). Identifikasi dan klasifikasi yang dilakukan dimaksudkan untuk mengoptimalkan perlindungan HKI terhadap *e-commerce website*.

Upaya proteksi yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan perlindungan HKI terhadap *e-commerce website* adalah dengan segera mendaftarkan tiap komponen yang mengandung HKI dan bersifat *first to file* (Merek, Paten, Desain Industri), mendaftarkan *domain name*, memperketat penjagaan rahasia dagang, mengambil *Intellectual Property Insurance*, dan terakhir adalah melalui *Digital Millennium Copyright Act* atau biasa dikenal sebagai DMCA dengan memasang logo proteksi DMCA pada *website*. Selain itu, perlu untuk memperhatikan terkait potensi permasalahan yurisdiksi maupun masalah kepemilikan HKI oleh pihak ketiga (*third party ownership*) dalam mencantumkan suatu karya yang dilindungi oleh HKI dalam *e-commerce website* terkait. Terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan apabila konten yang telah didaftarkan digunakan tanpa izin, yakni dengan memvalidasi adanya pelanggaran terhadap Hak Cipta, menghubungi pihak pelanggar, serta pengiriman *takedown notice*.

SARAN

Mengamati pembahasan mengenai permasalahan dalam topik yang penulis angkat, selanjutnya penulis dapat memberikan beberapa saran terkait Regulasi yang mengatur tentang ruang siber di Indonesia, yang saat ini adalah UU ITE, perlu untuk mengadopsi doktrin *fair use* dan doktrin *safe harbor* untuk mengoptimalkan perlindungan hukum terhadap karya intelektual di dalamnya.

Perlu adanya pedoman maupun RPP *e-commerce* yang juga membahas tentang perlindungan *website* sebagai salah satu produk HKI di dalamnya, untuk melengkapi UU ITE dan PP PSTE demi memaksimalkan perlindungan HKI dalam dunia siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, W. (2013). Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Website Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). *Seminar Nasional Sains dan Teknologi, 1*, pp. 1 - 6.
- AbdAlameer, E. M. (2014). Building and Developing E-commerce Website. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(9), 1419 - 1425.
- Dharmawan, N. K., Wiryawan, W., Dunia, N. K., Daemadha, N., Mudana, N., Sagung Wiratni Dharmasi, A., Agus Kurniawan, I. (2017). *Buku ajar hak kekayaan intelektual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendi, J. (2018). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok: Prenada Media Group.
- Ibrahim, J. (2005). *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia.
- Jonathan, W., & Lestari, S. (2015). Sistem Informasi UKM Berbasis Website Pada Desa Sumber Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(1), 1 - 16.
- Kashish Intellectual Property Group (KIPG). (2022, Oktober). *Intellectual Property Rights in ECommerce*. Retrieved from <https://www.kashishworld.com/>
- Kurniawan, S. (2022). Lindungi Konten Anda dengan DMCA. *Niagahoster*, p. 1.
- Legal Pedia. (2022). *Intellectual property in E-Commerce*. Retrieved from <https://www.legalpedia.co.in/articlecontent/intellectual-property-in-e-commerce.html>
- Lin, C. (2021). Exploration of Intellectual Property Protection Strategies for Cross-border E-commerce. *International Conference on Advances in Energy, Environment and Chemical Science (AEECS 2021)*. 245. E3S Web Conf. doi:<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124501062>
- Maulana, I. B. (1999). Penerapan Paten Sejak UU Paten No. 6 Tahun 1989 hingga UU Paten No. 13 Tahun 1997; Pengalaman Indonesia Selama Ini. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 6(12).
- Mujiyana, & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@TI Undip, VIII*(3).
- Nugraha, R. A. (2010). *Tarik Menarik Antara Aktor Negara Dan Non Negara Dalam Penerapan Rezim Internasional Tentang Lisensi Software (Studi Kasus Mou Microsoft –Ri*. Depok: Universitas Indonesia.
- Puslitbang APTIKA dan IKP. (2016). *Laporan Akhir Studi Ekonomi Digital di Indonesia: Sebagai Pendorong Utama Pembentukan Industri Digital Masa Depan*.
- Santi, G. A., Yuliantini, N. P., & Mangku, D. G. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Penyalahgunaan Narkotika Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 2(3).
- Santoso, E. (2022). Opportunities And Challenges: E-Commerce In Indonesia From A Legal Perspective”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure. Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22(3), 397.
- Simanjuntak, P. (2018). *Hukum perdata Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group (Divisi Kencana).
- Takasdo, K. (2013). *Fair Use dalam Sistem Perlindungan Hak Cipta: Suatu Studi Perbandingan Antara Undang-Undang Hak Cipta Indonesia dengan Copyright Law Amerika Serikat*. Depok: Universitas Indonesia.
- The Dialogue & Nishith Desai Associates. (2022). *Advancing the Digital Economy, Shaping the E-Commerce Regulatory Landscape*. India: Nishith Desai Associates.
- Utama, K. M., Umar, R., & Yudhana, A. (2021). Implementasi Metode Business To Costumer Pada Sistem Informasi Toko Kgs Rizky Motor. *Jurnal Perdaban Sains, Rekayasa dan Teknologi*, 9(2).
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Resti*, 1(1).
- Yeh, B., Clerk, L., Jeweler, R., & Attorney, L. (2004). *Safe Harbor for Service Providers Under the Digital Millennium*. Washington D.C.: The Library of Congress.
- Yulia. (2015). *Modul Hak atas Kekayaan Intelektual*. Lhokseumawe: UNIMAL Press.