

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan Bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat cepat di era globalisasi. Banyak hal yang dapat dilakukan dalam dunia bisnis, salah satunya yang paling banyak diminati adalah perdagangan. Kegiatan di dalam dunia perdagangan terdapat berbagai macam produk lokal yang diperdagangkan, baik dalam skala internasional maupun skala nasional. Hal yang diperdagangkan dapat berupa produk barang maupun jasa yang tentunya akan mempunyai suatu nama sebagai *trademark* atau identitas dari produk tersebut. Identitas atau *trademark* suatu produk barang atau jasa tersebut dinamakan dengan merek. Pengertian merek terdapat dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi geografis, memuat pengertian merek sebagai berikut :<sup>1</sup>

“Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.

Kebutuhan akan teknologi jaringan komputer semakin meningkat. Selain sebagai media penyedia informasi, melalui internet pula kegiatan komunitas komersial menjadi bagian terbesar dan pesat pertumbuhannya serta menembus berbagai batas Negara. Bahkan melalui jaringan ini kegiatan pasar di dunia bisa

---

<sup>1</sup> Indonesia, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi geografis

diketahui selama 24 jam melalui dunia internet atau di dunia maya.

Kemajuan yang dialami oleh internet berdampak pula pada kegiatan perdagangan, dalam kegiatan perdagangan pemasaran produk barang maupun jasa menggunakan media internet untuk pemasarannya. Adanya pemasaran melalui internet, maka merek dari perusahaan tersebut dibentuk ke dalam suatu nama domain di internet. Nama domain dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 20 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)<sup>2</sup> (selanjutnya akan disingkat menjadi UU ITE), dinyatakan bahwa Nama Domain adalah:

“Alamat internet penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet”.

Uraian mengenai perbedaan antara nama domain dan merek, tentu saja sulit untuk menerapkan perbuatan *typosquatting* termasuk dalam pelanggaran merek di Indonesia, mengingat perbedaan konstruksi hukum yang mengatur diantara merek dan domain, sehingga pemilik merek cukup kesulitan untuk dapat menggugat pelaku *typosquatting* karena telah membajak mereknya, tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan untuk dapat menjerat *typosquatting* sebagai bentuk pelanggaran hukum terhadap merek jika telah ada ketentuan baru yang mengatur mengenai hal tersebut.

Penggunaan nama domain dapat disalah gunakan oleh pihak yang ingin mendapatkan keuntungan dari ketenaran suatu merek, sehingga muncul istilah

---

<sup>2</sup> Indonesia, Undang-Undang No 19 tahun 2016 perubahan atas. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

pembajakan merek melalui sebuah nama domain. *typosquatting* merupakan tindakan pembajakan merek melalui nama domain tersebut, pihak yang membajak atau membuat nama domain dengan meniru nama merek terkenal lalu menjualnya kembali kepada pihak lain. Bagi perusahaan yang sudah memiliki reputasi yang bagus dan dikenal dimasyarakat luas, hal ini tentulah sangat meresahkan, karena hal ini berkaitan dengan nama besar dan nama baik perusahaan. Perusahaan yang diincar biasanya perusahaan terkemuka yang sudah mempunyai nama besar.<sup>3</sup>

Modus yang digunakan oleh para *typosquatters* tersebut adalah dengan sering menggunakan alamat dengan nama-nama tertentu untuk memanfaatkan lalu lintas *online (online traffic)* untuk kepentingan tertentu atau mereka hanya menawarkan domain tersebut ke pemilik dengan harga tinggi. Oleh karena itu, *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)*, sebuah organisasi non-profit yang bertugas mengatur dan mengawasi sistem registrasi dan pemanfaatan nama domain, membuat suatu panduan dalam menyelesaikan perselisihan dalam pemanfaatan nama domain, yaitu *Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP)*.<sup>4</sup>

Menurut UDRP, suatu pihak tersebut dapat meminta pengelola nama domain untuk membatalkan, memindahkan, ataupun mengubah nama domain yang telah didaftarkan oleh pihak pemegang nama domain, karena adanya putusan atau perintah dari lembaga pengadilan maupun forum arbitrase yang berwenang, nama domain tersebut dapat dimohonkan untuk pembatalannya apabila dianggap telah didaftarkan dengan itikad buruk. UDRP memberikan panduan sebagai langkah awal untuk menilai apakah nama domain telah didaftarkan dengan itikad buruk (*bad faith*). Dalam perkembangannya kementerian komunikasi dan Informasi (KOMINFO) mengawasi perkembangan jaringan dalam dunia internet terkhusus domain yang di percayakan untuk diberlakukan oleh individu maupun badan atau perusahaan baik secara profit maupun non profit atau bersifat sosial yang

---

<sup>3</sup> Kesimpulan Penulis setelah membaca kasus yang dimuat dalam “<https://ppnd.pandi.id/>”

<sup>4</sup> <https://www.icann.org/> diakses pada tanggal 12 Juli 2021 pada pukul 13.00 Wib

melakukan kegiatannya di wilayah Indonesia, Dalam melakukan kinerjanya KOMINFO<sup>5</sup> membentuk badan atau lembaga khusus yang diberi nama PANDI (Pengelola Nama Domain Indonesia ) untuk secara langsung mengatasi masalah yang berkaitan dengan domain atau kejahatan domain *typosquatting*, dalam pandi juga memiliki lembaga arbitrase tersendiri dimana pandi menjadi pihak ke-3 sebagai mediator atau yang mana bagian tersebut diberi nama PPNDPANDI

Sehingga berdasarkan uraian diatas penulis tertarik membahas judul mengenai **“Tuntutan Ganti Rugi Terhadap Penyalahgunaan Nama Domain (*Typosquatting*) Dalam Penjualan Bisnis *Online* (Studi Kasus Domain Arlafood.Id Dan Arlafoods.Id)”**

---

<sup>5</sup> ([https://www.kominfo.go.id/content/detail/30379/menkominfo-dan-gubernur-diy-dukung-upaya-pandi-digitalisasi-aksara-jawa/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30379/menkominfo-dan-gubernur-diy-dukung-upaya-pandi-digitalisasi-aksara-jawa/0/sorotan_media)) diakses pada tanggal 12 Juli 2021 pada pukul 12.00

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut diatas, perumusan masalah sekaligus merupakan pembahasan yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi merek terkenal atas adanya tindakan *typosquatting* (Studi Kasus Domain Arlafood.Id Dan Arlafoods.Id) ?
- b. Upaya peranan KOMINFO dalam mengawasi penggunaan Domain di indonesia

## **C. Tujuan Penulisan**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan skripsi ini adalah antara lain:

1. Untuk Mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi merek terkenal atas adanya tindakan *typosquatting* (Studi Kasus Domain Arlafood.Id Dan Arlafoods.Id)
2. Untuk Mengetahui peranan KOMINFO dalam mengawasi penggunaan Domain di indonesia

## **D. Manfaat Penulisan**

Penelitian ini memiliki kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kedua guna penelitian tersebut adalah antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini antara lain untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi upaya pengembangan ilmu hukum pada umumnya, serta khususnya untuk pengembangan ilmu hukum yang berkaitan dengan domain

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk bagi masyarakat serta para pelaku bisnis didalam rangka peningkatan dan efisiensi serta efektivitas bisnis, terutama dalam bidang internet, terkhusus domain

## 3. Bagi Penulis

- a. Untuk memperdalam ilmu khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap nama sebuah domain terkenal
- b. Sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Hukum.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Sejarah Dan Pengaturan Perkembangan Peraturan *Domain Name* (*typosquatting*)

Tidak dapat dipungkiri bahwa munculnya internet diibaratkan pedang bermata dua, di satu sisi memberikan dampak positif dan di sisi lain menimbulkan dampak negatif. Dampak positif dari adanya internet ialah kita dapat memperoleh berbagai informasi di seluruh dunia dengan mudah. Selain itu, adanya e-mail dan media sosial seperti facebook, twitter, skype, dan lain-lain telah memberikan kemudahan kepada kita untuk berkomunikasi tanpa dibatasi oleh jarak. Seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat, muncul kejahatan-kejahatan yang berkaitan dengan internet dan menyebabkan persoalan-persoalan hukum baru yang terjadi dalam berbagai bidang.

Perkembangan internet selanjutnya ditandai dengan didirikannya suatu lembaga yang mengurus tentang pengelolaan nama domain yang dikenal dengan InterNIC pada tahun 1993 dengan prinsip pelayanan *first-come-first-served*. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (untuk selanjutnya disebut dengan Undang-Undang ITE) Pasal 1 angka 20 memberikan pengertian mengenai nama domain.

“Nama domain adalah alamat internet penyelenggaran negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan untuk berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet”

Pada saat ini penggunaan nama domain sering disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu dengan tujuan ingin mendapat keuntungan yang besar dari nama domain tersebut. Permasalahan nama domain berkaitan dengan fungsi nama domain itu sendiri yaitu sebagai alamat di internet. Selain itu, penamaan terhadap nama domain juga berkaitan dengan suatu perusahaan atau suatu produk yang sering kali dijadikan trademark dari perusahaan atau produk tersebut. Perusahaan atau produk tersebut biasanya telah mempunyai reputasi yang bagus dan dikenal masyarakat luas. Nama Domain terdiri dari beberapa karakter untuk menunjuk bidang, yang akan dengan mudah mengidentifikasi pemegang alamat tersebut atau suatu website<sup>6</sup>.

Tujuan digunakannya nama domain yang serupa dengan mereknya ialah agar mempermudah pelanggan untuk mengidentifikasi suatu website yang mereka gunakan berhubungan dengan barang yang diinginkan oleh konsumen. Walaupun keduanya memiliki keterkaitan erat, namun tidak dapat dikatakan bahwa keduanya identik, keduanya memiliki sistem dan syarat-syarat pendaftaran serta pengakuan eksistensinya secara berbeda<sup>7</sup>.

Penyalahgunaan terhadap nama domain telah menimbulkan suatu kejahatan baru dalam dunia Internet, yaitu *Typosquatting*. Para pelaku kejahatan memanfaatkan nama domain terkenal dengan cara membuat duplikat (kemiripan) dari nama domain tersebut yang kemudian mendaftarkannya untuk dijual kembali pada pihak lain dengan harga yang lebih tinggi. Dengan kata lain, *Typosquatting* adalah praktek-praktek oleh para pihak-pihak tertentu untuk mendahului mendaftarkan suatu nama domain tertentu yang terkait dengan perusahaan lain

---

<sup>6</sup> Putri, H. Y. *Pengaturan Passing Off Dalam Penggunaan Domain Name Terkait Dengan Merek*. Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal), 5(3), hal 467-481.

<sup>7</sup> Ni Ketut Supasti Dharmawan. (2014). *Perlindungan Merek Terdaftar Dari Kejahatan Dunia Maya Melalui Pembatasan Pendaftaran Nama Domain*. Jurnal Cita Hukum, 2(2), hal. 205.

tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan dengan cara menjual nama domain tersebut kepada perusahaan yang seharusnya memiliki nama domain tersebut.

*Typosquatting* memiliki kaitan yang erat dengan *cybersquatting* yang merupakan kejahatan dalam Dunia Internet Sebagaimana ditulis dalam *International Journal of Law and Information Technology*:

*“Cybersquatting is a particular type of domain name dispute which occurs when someone registers a domain which is associated with a famous firm with the sole intention of selling it on to them at a higher price”*

(\*Terjemahan penulis. *Cybersquatting* adalah salah satu jenis kejahatan yang berupa sengketa nama domain yang terjadi pada saat seseorang mendaftarkan nama domain tersebut yang dikaitkan dengan nama perusahaan terkenal dengan tujuan menjual nama domain tersebut kepada perusahaan yang bersangkutan dengan harga yang lebih tinggi.)

*Cybersquatting* sendiri dalam Peraturan dan organisasi Internasional telah diatur dalam *Anti-Cybersquatting Consumer Protection Act* (ACPA) dan Uniform Dispute Resolution Policy (UDRP). ACPA dikeluarkan pada pemerintahan Clinton pada 29 November 1999 yang bertujuan untuk

*“to extend the existing means of trademark protection to “non-famous” marks. The concept of “distinctive” marks comes to fill an important legal gap“*

(\*terjemahan penulis. Untuk memperluas sarana perlindungan merek dagang. Konsep tersebut untuk memenuhi celah hukum yang ada).

Organisasi Internasional selanjutnya yang mengatur mengenai nama domain dan *typosquatting* ialah UDRP. UDRP merupakan forum arbitrase yang disahkan pada tanggal 24 Oktober 1999. Ketentuan dalam UDRP hampir sama dengan ACPA, hanya saja prosedur dalam UDRP lebih fleksibel, lebih singkat, dan lebih murah. Indonesia sendiri telah memiliki suatu lembaga yang mengatur mengenai nama domain yaitu PANDI (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia). PANDI dibentuk pada 29 Desember 2006 oleh pemerintah Indonesia yang tujuan utamanya adalah mengelola nama domain di Indonesia.

Pada kenyataannya, meskipun terdapat organisasi dan peraturan yang mengatur mengenai *typosquatting* dan nama domain, masih terdapat kejahatan yang berhubungan dengan nama domain, baik diluar negeri maupun di Indonesia. Kejahatan *typosquatting* yang terjadi di Indonesia ialah kasus ([mustikaratu.com](http://mustikaratu.com)), kasus ([sengketa chanel5.com](http://sengketa.chanel5.com)) dan yang paling baru ialah kasus [traveloka](http://traveloka.com).

Organisasi Internasional selanjutnya yang mengatur mengenai nama domain dan *typosquatting* ialah UDRP. UDRP merupakan forum arbitrase yang disahkan pada tanggal 24 Oktober 1999. Ketentuan dalam UDRP hampir sama dengan ACPA, hanya saja prosedur dalam UDRP lebih fleksibel, lebih singkat, dan lebih murah. Indonesia sendiri telah memiliki suatu lembaga yang mengatur mengenai nama domain yaitu PANDI (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia). PANDI dibentuk pada 29 Desember 2006 oleh pemerintah Indonesia yang tujuan utamanya adalah mengelola nama domain di Indonesia.

Kasus yang pertama kali di Indonesia adalah [mustikaratu.com](http://mustikaratu.com) berawal saat tersangka Tjandra Sugiono diangkat menjadi General Marketing Internasional PT. Martino Berto yang merupakan perusahaan milik Ny. Martha Tilaar. Pada

tanggal 7 Oktober 1999 tersangka mendaftarkan nama domain Mustika-ratu.com ke Network Solution. Setelah mendaftarkan nama domain tersebut tersangka kemudian mengundurkan diri dari PT. Martina Berto. Pada saat pihak PT. Mustika Ratu ingin mendaftarkan nama domain miliknya ke Network Solution, ternyata telah ada yang mendaftarkan nama domain tersebut atas nama tersangka. Karena merasa dirugikan, pihak PT. Mustika Ratu melaporkan kasus tersebut ke Korps Reserse Polri. Atas laporan tersebut akhirnya tersangka mencabut nama domain Mustika-ratu.com dan Network Solution. Namun karena merasa dirugikan, pihak PT. Mustika Ratu tetap melanjutkan tuntutannya. Sengketa nama domain tersebut telah membuat PT. Mustika Ratu rugi sebesar kurang lebih 10 milyar rupiah. Serta, menyebabkan banyak pelanggan PT. Mustika Ratu yang berada di luar negeri tidak dapat mengakses website milik PT. Mustika Ratu. Bahkan, para pelanggan menjadi bingung karena masuk ke website <http://www.belia.com> yang memasarkan produk dari PT. Martina Berto yaitu Sariayu.

Kejahatan *typosquatting* juga terjadi pada traveloka.com. *Co-founder* traveloka, Ferry Unardi menyatakan bahwa seseorang telah membeli beberapa nama domain yang berhubungan dengan traveloka kemudian menghubungkannya ke dalam situs porno lokal bernama crucial2. *Co-founder* traveloka menyatakan bahwa, meskipun mereka telah mendaftarkan merek dagang dengan nama “traveloka”, tetapi mereka tidak dapat melakukan apa-apa. Hal tersebut disebabkan karena privasi pemilik domain-domain tersebut dilindungi serta pihak traveloka tidak mengetahui siapa pelaku sebenarnya.

Berbeda dengan dua kasus diatas yang korban dan pelakunya merupakan

WNI. Beberapa kasus ini melibatkan WNA baik sebagai korban maupun sebagai pelaku. Salah satunya ialah kasus sengketa channel5.com. Kasus ini bermula dari Channel 5 Broadcasting Ltd yang mengajukan komplain kepada *National Arbitration* Forum mengenai pendaftaran nama domain channel5.com oleh *respondent* dalam hal ini PT. Pancawana Indonesia, melalui *registrar IARegistry.com*.

Kasus ini melibatkan PT. Pancawana Indonesia perusahaan teknologi informasi Indonesia yang berasal di Jawa Tengah yang mendaftarkan channel5.com. perusahaan tersebut digugat oleh Channel 5 Broadcasting Ltd, perusahaan penyiaran asal Inggris. Kasus ini menjadi menarik karena tindakan Sahar Sarid yang mengklaim bertindak atas nama PT. Pancawana Indonesia, mengaku bahwa pihaknya pemilik merk “channel5.com” yang telah didaftarkan di Ditjen HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Tapi pada akhirnya, sengketa nama domain ini dimenangkan oleh pihak Channel 5 Broadcasting Ltd dan nama domain channel5.com harus dialihkan kepada Channel 5 Broadcasting Ltd.

Penyelesaian kasus Channel 5 Broadcasting di atas diselesaikan melalui arbitrase yang dilakukan oleh *ICANN (Internet Corporation for Assigned Name and Number)*. ICANN adalah satu organisasi yang dibentuk pada Oktober 1998 sebagai organisasi nirlaba yang berfungsi sebagai pengawasan terhadap kebijakan sistem pendaftaran nama domain. Berbeda dengan kasus Channel 5 Broadcasting, kasus Mustika Ratu telah sampai pada ranah peradilan. Tetapi dalam kasus Mustika Ratu tidak berdasarkan pada asas *lex specialis* karena menggunakan KUHP dalam penyelesaiannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa peraturan hukum dalam dunia *cyber* berbanding terbalik dengan perkembangan kejahatan

seiring dengan teknologi yang semakin berkembang.

Tidak dapat dipungkiri bahwa aktifitas dalam dunia *cyber* mempunyai spesifik sendiri yang tidak lagi patuh pada batasan-batasan teritorial dan hukum yang berlaku saat ini dianggap masih belum cukup memadai terhadap kasus-kasus cyber sekarang ini. Hal tersebut terjadi karena filosofi awal lahirnya Undang-undang ITE yang hanya mengatur mengenai transaksi elektronik saja dan tidak mengatur mengenai kejahatan dalam dunia cyber. Sehingga Undang Undang ITE tidak dapat mengimbangi kejahatan-kejahatan cyber yang semakin meningkat. Munculnya segala perbuatan dalam dunia maya yang dapat merugikan orang lain, mendorong untuk dilakukannya kriminalisasi terhadap perbuatan-perbuatan tersebut. Hukum harus selalu berkembang agar dapat menjangkau perkembangan-perkembangan dalam teknologi. Akan tetapi, pada kenyataannya hukum masih jauh tertinggal dari perkembangan teknologi khususnya perbuatan-perbuatan yang terjadi dalam dunia maya. Sehingga, hukum masih belum mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang timbul dari kegiatan maya tersebut.

Dalam perkembangan hukum positif di Indonesia yang berlaku saat ini, tidak ada norma yang mengatur secara khusus mengenai kejahatan-kejahatan yang berkaitan dengan nama domain khususnya typosquatting. Bahkan, Undang Undang ITE yang merupakan *Lex Specialis* juga tidak secara khusus mengatur mengenai kejahatan-kejahatan yang berkaitan dengan nama domain. Undang Undang ITE hanya memberikan penjelasan mengenai pengertian, pendaftaran, dan pengelolaan nama domain. Undang Undang ITE tidak mengatur secara khusus mengenai kejahatan typosquatting.

## 2.2 Tinjauan Umum Tentang Bisnis online (*E-commerce*)

### 1. Pengertian Bisnis online (*E-commerce*)

Istilah *electronic commerce* dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi *e-commerce* diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi *electronic commerce (e-commerce)*.

*E-Commerce* berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan.<sup>8</sup> Adapun menurut istilah pengertian *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.<sup>9</sup> Sedangkan menurut (terminologi) adalah menurut pandangan WTO (*World Trade Organization*), *e-commerce* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara Alliance For Global Business mengartikan *e-commerce* sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan,

---

<sup>8</sup> John M.Echols dan Hassan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 209 dan 129.

<sup>9</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria,2016), hal. 5

diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.<sup>10</sup>

Menurut Kalakota dan Whinston meninjau pengertian *E- Commerce* dari empat perspektif, yaitu:

1. Perspektif komunikasi

Pada perspektif *E-commerce* merupakan sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

2. Perspektif proses bisnis

Pada perspektif ini *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (*work flow*)

3. Perspektif layanan

Pada perspektif ini *E-commerce* ialah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4. Perspektif online

Pada perspektif ini *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.<sup>11</sup>

Definisi lain dikemukakan oleh Amir Hartman secara lebih terperinci lagi mendefinisikan “sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan

---

<sup>10</sup> Titik Triwulan Tutik, Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional, Cet ke- 2, (Jakarta:Kencana, 2008), hal. 373

<sup>11</sup> Arsyad Sanusi, Hukum E-Commerce, (Jakarta:Sasrawarna Printing, 2011) , hal 217-218.

internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antar dua buah institusi (B-to-C) maupun antarinstitusi dan konsumen langsung (B-to-c).<sup>12</sup>

Selain itu, menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif bahwa e-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>13</sup>

Definisi *e-commerce* yang lain dapat ditemukan di dalam website Uni Eropa, yaitu “*E-Commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan/memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dan konsumen, atau antara perusahaan dan lembaga-lembaga administrasi publik.”<sup>14</sup>

*Elektronik Commerce* atau disingkat dengan (*E-Commerce*) adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacture*), service providers, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer networks*), yaitu internet. *E-Commerce* ini sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.<sup>15</sup>

Sedangkan pengertian transaksi (*E-Commerce*) yang dikemukakan oleh Julain Ding bahwa<sup>16</sup>: *E-Commerce* Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak

---

<sup>12</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:Gramedia, 2001), hal. 1

<sup>13</sup> Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta:PT AlexMedia Komputindo, 2001), hal. 2

<sup>14</sup> Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, hal. 219.

<sup>15</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005), hal. 10

<sup>16</sup> Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, hal. 374

ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu Internet atau *World Wide Web*.

Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, digital cash atau cek elektronik.<sup>17</sup>

Terlepas dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut<sup>18</sup>:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Jadi, dapat dipahami bahwa secara garis besar E-Commerce itu mengacu pada jaringan internet untuk melakukan belanja online dan cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.

---

<sup>17</sup> Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 57

<sup>18</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) hal. 2

## 2. Perkembangan dan Manfaat Bisnis Online atau (*E-Commerce*)

*E-Commerce* pertamakali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertamakali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan disuatu halaman-web (website). Menurut Riset Forrester, perdagangan elektronik menghasilkan penjualan seharga AS\$12,2 miliar pada 2003. Menurut laporan yang lain pada bulan oktober 2006, pendapatan ritel online yang bersifat non-travel di Amerika Serikat diramalkan akan mencapai seperempat trilyun dolar US pada tahun 2011.

Istilah "perdagangan elektronik" telah berubah sejalan dengan waktu. Awalnya, perdagangan elektronik berarti pemanfaatan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau invoice secara elektronik.

Kemudian dia berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat "perdagangan web" pembelian barang dan jasa melalui *World Wide Web* melalui server aman (HTTPS), protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk merahasiakan data penting pelanggan.

Pada awalnya ketika web mulai terkenal di masyarakat pada 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa e-commerce akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru. Namun, baru sekitar empat tahun kemudian protokol aman seperti HTTPS (*Hypertext Transfer Protocol Secure*) memasuki tahap matang dan banyak digunakan. Antara 1998 dan 2000 banyak bisnis di AS dan Eropa mengembangkan situs web perdagangan ini.<sup>19</sup>

Sejarah Perkembangan *E-Commerce* di dunia di mulai dari kemunculan

---

<sup>19</sup> Tim Wikipedia, *Perdagangan Elektronik*. Dikutip pada tanggal 23 september 2021. Pukul 09.12 WIB.

Internet yang kemudian terus berkembang sehingga muncullah E-Commerce. Pada awalnya, Internet merupakan koperasi komputer yang tidak dimiliki oleh siapa pun.<sup>20</sup> Di Indonesia ditandai dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai printis transaksi online. Wahana transaksi berupa mall online yang disebut D-Mall (diakses lewat D-Net) ini telah menampung sekitar 33 toko online/merchant. Dan sekarang sudah tidak asing lagi bahkan booming khususnya yang berfokus kepada transaksi jual-beli online dalam bentuk toko online, seperti: [www.lazada.com](http://www.lazada.com), dll.<sup>21</sup>

Manfaat *E-Commerce* Adapun manfaat *E-Commerce* sebagai berikut:

1. Kemampuan grafis Internet mampu memperhatikan produk apa adanya (natural) serta dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkan tanpa ongkos kirim.
2. Lebih aman membuka toko online dibandingkan membuka toko biasa. Dalam artian toko online bisa meminimalisasi terjadinya tingkat pengutan liar atau tindakan criminal lainnya seperti perampokan, pencurian, dll.
3. Berjalan di dunia Internet tidak mengenal hari libur dan hari besar, semua transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja
4. Tanpa batas wilayah dan waktu sehingga memberikan jangkauan emasaran yang luas dan tak terbatas oleh waktu.
5. Maningkatkan pangsa pasar (*market exposure*) dimana pengguna E-Commerce memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar yang semula mempunyai pangsa pasar di dalam negeri saja, dengan adanya E

---

<sup>20</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal 3

<sup>21</sup> Ibid

Commerce maka pangsa pasar menjangkau luar negeri.

Menurunkan biaya operasi (*operating cost*). Penggunaan teknologi Internet memungkinkan kita untuk melakukan kegiatan perdagangan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, akan tetapi tidak terpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk biaya lembur karyawan atau pegawai karena segala sesuatunya dikerjakan oleh seperangkat computer tidak membutuhkan operator untuk menjalankan proses perdagangan, cukup hanya dengan penggunaan software tertentu maka semua aktivitas dalam transaksi perdagangan dapat dilakukan.<sup>22</sup>

### **3. Pengaturan Hukum Tentang E-Commerce**

#### **A. E-Commerce Dari perspektif Hukum Kontrak**

Sekalipun kontrak Elektronik merupakan suatu fenomena baru, tetapi semua negara menerapkan pengaturan hukum kontrak yang telah ada dengan menerapkan asas-asas universal tentang pembuatan suatu perjanjian seperti asas konsensual, asas kebebasan berkontrak, asas itikad baik dan syarat sahnya perjanjian. Kontrak Elektronik termasuk dalam kategori kontrak tidak bernama yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tetapi terdapat dalam masyarakat akan tetapi lahirnya perjanjian tersebut tetap berdasarkan pada kesepakatan atau party otonomi dan berlaku Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang sahnya suatu perjanjian. Demikian juga tentang syarat sahnya perjanjian Elektronik tetap berlaku Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mencerminkan asas konsensualisme.

Di dalam kontrak Elektronik kesepakatan merupakan suatu hal yang sangat penting, hal ini disebabkan karena para pihak tidak bertemu secara langsung

---

<sup>22</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hal. 12

sehingga diperlukan suatu pengaturan tentang kapan kesepakatan tersebut terjadi. Di Indonesia, untuk menentukan adanya kesepakatan maka dapat digunakan beberapa teori yaitu:

- a. Teori kehendak yang mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan
- b. Teori pengiriman yang menyatakan kesepakatan terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran
- c. Teori pengetahuan yang menyatakan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima
- d. Teori kepercayaan mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

Perjanjian atau kontrak melalui Elektronik juga diatur di dalam Undang-Undang No.11 , tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik antara lain di dalam bab penjelasan yang memberi definisi kontrak Elektronik yaitu perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem Elektronik. Selanjutnya Pasal 18 menyatakan bahwa transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak Elektronik mengikat para pihak. Dengan berlakunya Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik tersebut maka kedudukan kontrak Elektronik menjadi semakin jelas yaitu sama dengan kontrak biasa.

## 1. E-Commerce Ditinjau dari Hukum Perikatan

Perjanjian yang dinyatakan sah adalah suatu perjanjian yang memenuhi empat syarat yang terdapat dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu:

### 1. Sepakat Mereka Yang Mengikatkan Dirinya

Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh suatu pihak dan dilanjutkan dengan adanya tanggapan berupa penerimaan oleh pihak lain. Jika penawaran tersebut tidak ditanggapi atau direspon oleh pihak lain maka dengan demikian tidak akan ada kesepakatan. Karena itu diperlukan dua pihak untuk melahirkan suatu kesepakatan. Pada perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan dapat dengan mudah diketahui. Sebab kesepakatan dapat langsung diberikan secara lisan maupun tulisan. Tetapi dalam perjanjian tersebut tidak diberikan secara langsung melainkan melalui media elektronik dalam hal ini adalah internet. Dalam transaksi E-Commerce, pihak yang memberikan penawaran adalah pihak penjual yang dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui website yang dirancang agar menarik untuk disinggahi. Semua pihak pengguna internet (netter) dapat dengan bebas masuk untuk melihat toko virtual tersebut atau untuk membeli barang yang mereka butuhkan atau minati. Jika memang pembeli tertarik untuk membeli suatu barang maka ia hanya perlu mengklik barang yang sesuai dengan keinginannya. Biasanya setelah pesanan tersebut sampai di tempat penjual maka penjual akan mengirim e-mail atau melalui telepon untuk mengkonfirmasi pesanan tersebut kepada konsumen.

## 2. Kecapakan Untuk Membuat Suatu Perikatan

Pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat sepekatan, kecuali jika ia oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Yang tak cakap menurut undang-undang adalah mereka yang belum dewasa (genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi telah menikah) dan mereka yang dibawah pengampuan (gila, dungu, mata gelap, lemah akal dan pemboros). Dalam transaksi E-Commrce sangat sulit menentukan seseorang yang melakukan transaksi telah dewasa atau tidak berada di bawah pengampuab, karean ptoses penwaran dan penerimaan tidak secara langsung dilakukan tetapi hanya melalui media virtual yang rawan penipuan. Jika ternyata yang melakukan transaksi adalah orang yang tidak cakap maka pihak yang dirugikan dapat menuntut agar perjanjian dibatalkan.

## 3. Sesuatu hal tertentu

Hal tertentu menurut undang-undang adalah prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya, undang-undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah ada atau belum di tangan debitur pada saat perjanjian dibuat dan jumlahnya juga tidak perlu disebutkan asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.

Ada barang tertentu yang tidak boleh diperjualbelikan dalam transaksi E-Commerce , seperti misalnya memperjualbelikan hewan. Kemudain ada kendala juga dalam melakukan jual beli melalui E-Commerce. Ada barang-brang yang tidak dapat dijual beli melalui kesepakatan on-line , seperti jual beli tanah yang

mensyaratkan jual beli tanah harus dituangkan dalam akta yaitu akta Pejabat Pembuat Akta Tanah.

#### 4. Sesuatu Sebab yang Halal

Sebab yang halal adalah isi dari perjanjian dan bukan sebab para pihak mengadakan perjanjian. Isi perjanjian tersebut haruslah sesuai dengan undang-undang dan tidak berlawanan dengan kesusilaan baik dan ketertiban umum.

#### 5. Saat Terjadinya Perjanjian Jual Beli

Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Dalam transaksi E-Commerce, tidak ada proses tawar menawar seperti pada transaksi jual beli di pasar secara langsung. Barang dan harga yang ditawarkan terbatas dan telah ditentukan oleh penjual. Jika pembeli tidak setuju atau tidak sepakat maka pembeli bebas untuk tidak meneruskan transaksi. Selanjutnya, pembeli dapat mencari website atau toko lainnya yang lebih sesuai dengan keinginannya. Kesepakatan dihasilkan dalam transaksi E-Commerce jika pembeli menyepakati barang dan harga yang ditawarkan oleh penjual (merchant)<sup>23</sup>

Dalam hal tidak dipenuhinya unsur pertama dan unsur kedua maka kontrak tersebut dapat dibatalkan. Adapun apabila tidak terpenuhinya unsur ketiga dan unsur keempat, maka kontrak tersebut batal demi hukum. Mengenai barang-barang yang dapat dijakina objek dari suatu persetujuan, maka Pasal 1332 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan keharusan, bahwa barang tersebut harus diperdagangkan dan Pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

---

<sup>23</sup> Endom Makarim, *Komlasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perdasa), hal 234-237.

yang menyatakan bahwa barang tersebut dapat ditentukan jenisnya ataupun dihitung.

6. Isi suatu perjanjian

Suatu persetujuan tidak hanya mengingat apa yang dengan tegas ditentukan di dalamnya, melainkan juga segala sesuatu yang menurut sifatnya persetujuan dituntut berdasarkan keadilan, kebiasaan atau Undang-Undang (Pasal 1339 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata). Syarat-syarat yang selalu diperjanjikan menurut kebiasaan, harus dianggap telah termasuk dalam suatu persetujuan, walaupun tidak dengan tegas dimaksudkan di dalamnya (Pasal 1347 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata).

7. Ingkar janji dan ganti rugi

Seorang debitur harus dihukum untuk mengganti biaya kerugian dan bunga, apabila ia tidak dapat membuktikan bahwa tidak dilaksanakannya perikatan itu atau tidak tepatnya waktu dalam melaksanakan perikatan tersebut disebabkan oleh suatu yang tidak terduga, yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kepadanya walaupun tidak ada iktikad buruk kepadanya (Pasal 1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Penggantian biaya kerugian dan bunga, karena tidak dipenuhinya perikatan mulai diwajibkan, apabila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan (Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Tidak ada penggantian biaya kerugian dan bukan, apabila karena keadaan memaksa atau kerena hal yang terjadi secara kebetulan, debitur terhalang untuk memberikan atau berbuat sesuatu yang

diwajibkan, atau melakukan sesuatu perbuatan terlang baginya (Pasal 1245 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

### **2.3 Unsur-Unsur *Domain Name (Typosquatting)* Yang Berkaitan Dengan Undang-Undang Merek**

Menurut Black's Law Dictionary 9th Edition:

*“Cybersquatting is the act of reserving a domain name on the Internet, esp. a name that would be associated with a company's trademark, and then seeking to profit by selling or licensing the name to the company that has an interest in being identified with it”.*<sup>24</sup>

*Typosquatting* adalah tindakan mendaftarkan domain yang terasosiasi dengan nama perusahaan orang dan berusaha mencari keuntungan dengan menjualnya kepada perusahaan tersebut.

Menurut Edmon Makarim dalam artikel Aspek Hukum terhadap Nama Domain di Internet, ada pihak-pihak yang mencoba mencari keuntungan dengan cara mendahului mendaftarkan nama-nama yang diketahuinya telah populer di masyarakat. dengan Tujuan, untuk menjual kembali kepada pihak yang berkepentingan atas nama tersebut di atas harga yang tinggi . hal ini adalah tindakan mencari keuntungan dengan cara penyalah gunaan Nama Domain yang dituju oleh pihak lain (*typosquatting*).

#### **1. Perbedaan Merek dengan Nama Domain**

Pengaturan mengenai tindakan *Typosquatting* memang belum diatur secara tegas di Indonesia. Namun, pelanggaran terhadap hal tersebut sudah pernah terjadi di Indonesia yaitu kasus mustika ratu

---

<sup>24</sup> <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/cl6560/perlindungan-hukum-di-indonesia-atas-tindakan-icybersquatting-i/>, diakses pada tanggal 17 september 2021 pada pukul 19.00 wib

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (“UU 20/2016”) sebagaimana telah mencabut keberlakuan dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (“UU 15/2001”). Definisi dari merek di dalam Pasal 1 angka 1 UU 20/2016:

“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.”

Dan definisi dari Nama Domain dapat ditemukan di dalam Pasal 1 angka 20 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU 19/2016”):

“Nama Domain adalah alamat internet penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet.”

Karena nama domain dimaksudkan sebagai suatu yang mudah diingat dan dikenal yang berkaitan dengan pemiliknya. Faktor ini sama halnya dengan tujuan dan fungsi merek.<sup>25</sup> Nama domain adalah konsep penamaan dalam dunia internet untuk memudahkan seseorang dalam berinteraksi (alamat seseorang/IP address), sedangkan merek merupakan konsep kepemilikan. Sehingga dari situ dapat ditarik, bahwa nama domain adalah sekedar alat, sedang merek itu sendiri tetap tunduk pada kaidah merek yang ada. Perbedaan antara merek dan nama domain

---

<sup>25</sup> Aris Ganang, 2012, “Aspek Perlindungan Hukum Nama Domain dan Merek”, Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Palangka Raya, Jilid 7, Nomor 1, April 2012, tanpa tempat terbit, hal 15.

dapat dilihat dari asas yang digunakan. Merek menganut asas *first to file system*, sedangkan nama domain menganut asas *first come first serve*.

*Asas first come first serve* terkait nama domain dapat dilihat dalam Penjelasan Pasal 23 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU 11/2008 yang berbunyi:

“Nama Domain berupa alamat atau jati diri penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat, yang perolehannya didasarkan pada prinsip pendaftar pertama (*first come first serve*).”

Prinsip pendaftar pertama berbeda antara ketentuan dalam Nama Domain dan dalam bidang hak kekayaan intelektual karena tidak diperlukan pemeriksaan substantif, seperti pemeriksaan dalam pendaftaran merek dan paten.

Sedangkan *asas first to file* dalam merek dapat dilihat dalam Pasal 3 UU 20/2016:

“Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.”

Maksud dari terdaftar adalah setelah permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan Menteri Hukum dan HAM untuk diterbitkan sertifikat merek. Pemeriksaan substantif pada pendaftaran merek dalam kaitannya dengan *first to file system* ditemukan dalam Bab IV Bagian Kedua UU 20/2016, khususnya Pasal 23 UU 20/2016.

Asas *first to file* tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang menyebutkan: “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”. Yang dimaksud adalah melakukan permohonan melalui proses pemeriksaan yang telah ditentukan, melakukan proses pemeriksaan substantif, melakukan proses pengumuman dan mendapatkan persetujuan dari Direktur Jendral agar dapat

diterbitkannya seterfikat merek tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa hak atas merek merupakan hak eksklusif, yang perlindungan terhadap hak atas merek yang dilindungi hanyalah merek yang sudah terdaftar dan merupakan pengakuan atas kebenaran akan hak atas merek seseorang, dengan dibuktikan melalui sertifikat pendaftaran merek sehingga dapat memperoleh perlindungan hukum sesuai tercantum dalam Pasal 1 angka 5 UU Merek<sup>26</sup>

*Typosquatting* merupakan kejahatan yang berkaitan dengan nama domain, maka akan lebih tepat jika didasarkan dengan menggunakan Pasal 23 UU 11/2008 yang telah diubah dengan UU 19/2016, dibandingkan dengan UU 20/2016. Mengenai pasal yang dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menindak typosquatting, sebagaimana Anda tanyakan, Anda dapat merujuk pada Pasal 23 ayat (1), (2), dan (3) UU 11/2008:

“Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama;”

Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada iktikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak Orang lain;. Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, atau masyarakat yang dirugikan karena penggunaan Nama Domain secara tanpa hak oleh Orang lain, berhak mengajukan gugatan pembatalan Nama Domain dimaksud.

#### Contoh Kasus

Sebagai contoh, Anda dapat melihat pada Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.JKT.PST. Kasus dalam putusan ini berkaitan

---

<sup>26</sup> Ida Ayu Citra Dewi Kusuma, *Perlindungan Hukum Atas Hak Eksklusif Pemilik Merek Di Indonesia Terhadap Pelanggaran Merek Dalam Bentuk Perjanjian Lisensi*, Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, hal 3.

dengan penggunaan merek terkenal ebay sebagai nama domain ebay.co.id yang didaftarkan oleh CV. Ebay Indonesia selaku Tergugat. Penggugat (Ebay Inc.) yang berkedudukan di California USA dinyatakan oleh hakim sebagai pemilik dan pendaftar pertama nama domain dengan kata “ebay” di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Hakim juga menyatakan bahwa Tergugat mempunyai itikad tidak baik dalam mengajukan pendaftaran nama domain ”ebay.co.id” dan telah melakukan Perbuatan Melawan Hukum. Dasar hukum yang digunakan adalah Pasal 23 ayat (1), (2), dan (3) UU 11/2008:

“Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama;”

Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak Orang lain;. Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, atau masyarakat yang dirugikan karena penggunaan Nama Domain secara tanpa hak oleh Orang lain, berhak mengajukan gugatan pembatalan Nama Domain dimaksud. Dalam penjelasan Pasal 23 ayat (2) UU 11/2008 disebutkan bahwa yang dimaksud melanggar hak orang lain, misalnya melanggar merek terdaftar, nama badan hukum terdaftar, nama Orang terkenal, dan nama sejenisnya yang pada intinya merugikan Orang lain. Perlu dipahami juga frasa “penggunaan Nama Domain secara tanpa hak” dalam Pasal 23 ayat (3) UU 11/2008 adalah pendaftaran dan penggunaan Nama Domain yang semata-mata ditujukan untuk menghalangi atau menghambat Orang lain untuk menggunakan nama yang intuitif dengan keberadaan nama dirinya atau nama produknya, atau untuk mendompleng reputasi Orang yang sudah terkenal atau

ternama, atau untuk menyesatkan konsumen.

Selain itu, Pasal 40 ayat (1) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 23 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Nama Domain ("Permenkominfo 23/2013") juga menyebutkan bahwa:

“Pemegang merek internasional yang telah terdaftar di Indonesia berhak mendaftarkan, menggunakan, dan memanfaatkan Nama Domain Indonesia.”

*Typosquatting* merupakan kejahatan yang berkaitan dengan nama domain, maka akan lebih tepat jika didasarkan dengan menggunakan UU 11/2008 yang telah diubah dengan UU 19/2016, dibandingkan dengan UU 20/2016. Terlebih karena definisi dari nama domain juga ditemukan di dalam Pasal 1 angka 20 UU 19/2016. Pelaku *Typosquatting* dapat digugat secara perdata berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum dengan dasar melanggar ketentuan Pasal 23 ayat (2) UU 11/2008. Selain itu, berdasarkan Pasal 23 ayat (3) UU 11/2008 pihak yang merasa dirugikan juga dapat mengajukan gugatan pembatalan nama domain karena penggunaan nama domain secara tanpa hak oleh orang lain<sup>27</sup>

## **2. Penggunaan Domain name (Typosquantting) sebagai salah satu jenis kejahatan Internet**

kejahatan Internet Dalam Hukum Positif indonesia Hukum Posif indonesia adalah hukum yang saat ini berlaku di indonesia. Hukum positif disini mencakup aturan perundangan yang berlaku umum (regelling), ataupun keputusan yang berlaku khusus (beschikking), yang pelaksanaanya dikawal oleh aparaturnegara dan dunia peradilan.beberapa ahli hukum berpendapat bahwa makna hukum

---

<sup>27</sup>(<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/cl6560/perlindungan-hukum-di-indonesia-atas-tindakan-icybersquatting-i/>) diakses pada 13 agustus 2021 ,pada pukul 22.00 Wib

positif juga mencakup aturan yang pernah berlaku dan sekarang tidak lagi. Dapat disimpulkan bahwa hukum positif adalah hukum yang berlaku, bukan hukum yang akan berlaku dimasa yang akan datang. Dalam bahasa latin (*ius constitutum*) yang membedakannya dengan hukum yang di cita-citakan, hukum yang belum berlaku, hukum yang masih di angankan berlaku atau disebut (*ius constituendum*). Sebagai hukum yang berlaku di suatu negara, yang pelaksanaannya di kawal oleh aparaturnegara dan dunia peradilan, maka tidak sembarang lembaga dapat menghasilkan Hukum positif. sehingga hukum positif hanya dapat dihasilkan oleh organ negara yang memang diberikan kewenangan untuk itu.

Beberapa undang-undang positif yang mengawal berjalanya domain indonesia pada saat ini antara lain :

1. Peraturan Menteri Komunikasi dan informasi no 23 tahun 2013 tentang Pengelola nama Domain
2. Undang-undang no 19 tahun 2016 perubahan atas undang-undang no 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
3. Undang-undang no 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Ruang Lingkup Penulisan**

Ruang lingkup penulisan ini bertujuan untuk membatasi sejauh mana masalah yang di bahas didalam penulisan skripsi ini. Adapun beberapa masalah dalam penulisan skripsi adalah Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi merek terkenal atas adanya tindakan *typosquatting* (Studi Kasus Domain Arlafood.Id Dan Arlafoods.Id) dan Bagaimana peranan KOMINFO dalam mengawasi penggunaan Domain di indonesia.

#### **3.2 Bahan hukum**

##### **a. Bahan Hukum primer**

Adapun sumber data primer yang diperoleh penulis adalah dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan yaitu peraturan menteri komunikasi dan informasi serta undang-undang yang berkaitan dengan domain yaitu undang-undang Nomor 19 tahun 2016 Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

##### **b. Bahan Hukum sekunder**

Yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya kamus hukum, ensiklopedia, indeks kumulatif dan sebagainya. Agar diperoleh informasi yang terbaru dan berkaitan erat dengan permasalahannya, maka kepustakaan yang di cari dan di pilih harus relevan dan mutakhir.

c. Bahan Hukum Tertier

Yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya internet dan kamus-kamus yang berkaitan dengan hukum. Agar diperoleh informasi yang terbaru dan berkaitan erat dengan permasalahannya, maka kepustakaan yang di cari dan di pilih harus relevan dan mutakhir.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data di dalam penulisan ini adalah metode *library research* (kepustakaan) yaitu dengan melihat buku-buku, menganalisa buku-buku, peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan typosquatting yaitu undang-undang no 19 tahun 2016 perubahan atas undang-undang no 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan undang-undang no 20 tahun 2016 tentang Merek dan indikasi geografis dan bahan-bahan kepustakaan yang berkaitan dengan literatur-literatur majalah, mas media, internet dan juga media informasi lainnya yang berkaitan dengan perumusan masalah dalam penulisan ini,

### **3.4 Metode Analisa Data**

Analisa data yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis deskriptif yaitu dengan menggambarkan sesuai dengan kenyataan-kenyataan yang ada dalam masyarakat dikaitkan dengan undang-undang yang berlaku. Yang dimaksud kenyataan-kenyataan yang ada adalah apa yang sering menjadi masalah dilingkungan masyarakat terutama lingkungan bisnis yang berkaitan dengan domain serta bagaimanakah pengaturan hukum di indonesia dibuat untuk mencegah bahkan menyelesaikan solusi untuk menyelesaikan masalah yang ada.

