

BAB V PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Merek merupakan salah satu kekayaan intelektual yang dilindungi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Dengan maraknya barang-barang dengan produk “Kw” atau “Replika” yang terjadi di *marketplace* berbasis *user generated content* dapat dianggap sebagai barang yang berpotensi melanggar merek. Adapun pelanggaran merek dalam *marketplace* terdiri dari yaitu pelanggaran berupa persamaan pada pokoknya, pemalsuan dengan penggunaan merek yang secara substansial dan tidak dapat memiliki daya pembeda, serta dilusi. Atas pelanggaran merek yang terjadi dalam *marketplace*, maka pemilik merek dapat melakukan gugatan secara perdata sebagaimana diatur dalam Pasal 83 UU MIG dan pengaduan dalam tindak pidana yang terjadi dalam *marketplace* berdasarkan ketentuan Pasal 100 dan Pasal 102 UU MIG. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa belum terdapat putusan pengadilan yang berkekuatan hukum terkait gugatan antara pemilik merek, penjual (*merchant*) dan penyedia platform *marketplace* mengenai pelanggaran yang terjadi dalam *marketplace*. Namun, terdapat putusan berkekuatan hukum tetap terkait pembatalan merek dalam Putusan Nomor 520 K/Pdt.Sus-HKI/2021 dan Putusan Nomor 427 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yang membahas mengenai bentuk-bentuk pelanggaran merek atas suatu produk atau barang. Putusan yang telah ditinjau juga dapat menjadi petunjuk bahwa produk yang melanggar merek namun masih bebas diperdagangkan dalam *marketplace* berbasis *user generated content*.

Berkaitan dengan pelanggaran merek yang terjadi dalam *marketplace* berbasis *user generated content*, maka hubungan hukum antara penyedia *platform* dan pedagang menimbulkan hak dan kewajiban dalam melindungi merek. Penyedia platform (*marketplace*) sebagai PSE Lingkup Privat yang memiliki portal, situs, atau aplikasi dalam jaringan internet, yang digunakan untuk menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan penawaran dan/atau perdagangan barang atau jasa. Pedagang (*user*) dan Penyedia Platform mempunyai hubungan dalam suatu perjanjian baku (*clickwrap agreement*) yang telah sesuai dengan Pemenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 tentang PSE Lingkup Privat UGC yang mewajibkan penyedia platform memiliki “Tata Kelola Mengenai Informasi Elektronik” dan menyediakan sarana pelaporan. Perjanjian baku tersebut merupakan perjanjian yang sah dan mengikat bagi para pihak dalam menjalankan bisnisnya sebagaimana diatur dalam UU ITE. Dalam ketentuannya, penyelenggara sistem elektronik lingkup privat dan penjual (*merchant*) mempunyai tanggung jawab dan kewajiban dalam hal terjadi pelanggaran merek di dalam *marketplace* berbasis *user generated content*. PSE lingkup privat juga dapat melakukan pemutusan akses (*take*

down) terhadap informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dilarang dalam *platform marketplace*.

Pelindungan hukum terhadap merek diberikan kepada merek yang terdaftar. Terdapat 2 jenis pelindungan hukum yang diberikan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap pemilik merek yaitu (1) pendaftaran merek dan (2) gugatan ganti rugi dan sanksi pidana. Dalam situasi terkini, pelindungan merek masih lemah dan belum menjamin kepastian hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Hal ini terlihat dari maraknya peredaran barang yang berpotensi melanggar merek dalam suatu *marketplace*, dan pedagang yang bersifat anonim (identitas bukan asli), dan lain sebagainya. Seharusnya, pengaturan saat ini sudah menjamin kepentingan semua pihak. Adapun beberapa ketentuan yang perlu diatur pengaturan mengikat mengenai *marketplace* berbasis *user generated content*, antara lain: *Pertama*, pengaturan terkait defensi “konten yang dilarang” atau pelanggaran atas kekayaan intelektual yang diatur dalam Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 seharusnya didefinisikan secara jelas agar tidak beresiko memblokir konten buatan pengguna yang sebenarnya diizinkan dan tidak bertentangan dengan hukum. *Kedua*, tindakan terhadap aduan atau pelaporan atas konten yang diunggah pedagang (*merchants*) sebagai bentuk pelindungan merek. Salah satunya seperti surat edaran sudah mengatur mengenai tindakan terhadap aduan atas konten yang dilarang bahwa Penyedia Platform *marketplace* berkewajiban untuk menyediakan sarana bagi pedagang (*merchant*) untuk melakukan sanggahan yang diunggahnya atas konten yang dilarang. Sementara itu, Permenkominfo 5 Tahun 2020 belum mengatur hal tersebut.

V.2 Saran

Berdasarkan pemaparan penelitian ini, PSE Lingkup Privat (*Marketplace* berbasis *User Generated Content*) telah mengimplementasikan beberapa ketentuan dari Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Permenkominfo) Nomor 5 Tahun 2020 tentang PSE Lingkup Privat *User Generated Content*. Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu melakukan perubahan kebijakan agar mampu memperbaiki regulasi untuk meningkatkan pelindungan terhadap merek dalam *marketplace* berbasis *user generated content*, yaitu: *Pertama*, pembebasan tanggungjawab PSE Lingkup Privat berbasis UGC (*Marketplace*) masih menimbulkan ambiguitas karena dinyatakan bahwa PSE Lingkup Privat berbasis UGC “dapat dibebaskan” dari tanggungjawab hukum setelah PSE memenuhi semua ketentuan yang diatur dalam Pasal 11 Permenkominfo. Ketentuan tersebut dapat menimbulkan PSE Lingkup Privat masih bisa dianggap bertanggungjawab setelah sudah memenuhi ketentuan yang telah diimplementasikan. Pasal 11 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 perlu direvisi dengan menyatakan bahwa PSE Lingkup Privat “akan dibebaskan” dari tanggungjawab apabila menjalankan ketentuan yang diatur dalam Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020. Hal ini karena kewajiban dan tanggung jawab penyedia *marketplace* hanya sebatas sistem dari situsnya. *Kedua*, Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 perlu mengatur mengenai moderasi konten.

Permenkominfo sebaiknya memfasilitasi proses moderasi konten yang berlandaskan hukum yang adil agar PSE dan Pengguna (*merchant*) dapat menyanggah dan menolak permohonan penghapusan konten serta menjamin moderasi dilakukan secara transparan, independen dan adil. *Ketiga*, Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 perlu menjelaskan secara detail terkait jenis konten yang dilarang. Konten yang dilarang tidak memberikan definisi yang jelas termasuk konten yang melanggar kekayaan intelektual, termasuk merek. Oleh karena itu perlu definisi yang jelas karena akan berkaitan dengan syarat dan ketentuan yang diatur dalam *marketplace* berbasis ugc. Dalam pengaturan kedepannya, Pemerintah Indonesia juga perlu mempertimbangkan penyempurnaan regulasi mengenai *safe harbor* kepada pihak-pihak dalam perdagangan melalui *marketplace* berbasis *user generated content* dengan substansi perundang-undangan yang mengikat dan lebih lengkap.

PSE Lingkup Privat UGC (*marketplace* berbasis *user generated content*) sebaiknya melakukan upaya pencegahan pada *platform* dengan aktif melakukan monitoring terhadap konten yang dilarang atau produk yang melanggar merek, sehingga dapat mengetahui bentuk-bentuk pelanggaran merek yang terjadi di *platform* miliknya. Serta perlu membuat *protection system* khusus pada kekayaan intelektual, termasuk merek untuk menolak para penjual (*merchant* atau *user*) yang mengunggah produk yang melanggar merek secara tanpa hak. Sementara itu, bagi pemilik merek agar membuat laporan dan pengaduan apabila terdapat barang atau produk yang melanggar merek dalam *marketplace* berbasis ugc. Serta bagi PSE Lingkup Privat UGC (penyedia *marketplace*), penjual (*merchant*) dan masyarakat agar lebih sadar atas produk yang melanggar kekayaan intelektual termasuk merek yang diperdagangkan melalui *marketplace* berbasis *user generated content*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Butarbutar, Elisabeth Nurhaini, *Metode Penelitian Hukum*, 2018. Bandung: PT Refika Aditama, 2018
- Hadjon Philipus M., *Pelindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya : Bina Ilmu, 1987.
- Hidayah Khoirul, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Malang: Setara Press, 2017.
- Jened Rahmi, *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Marzuki Peter Mahmud, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Bandung: PT Kharisma Putra Utama, 2015,
- Mertokusumo R.M Sudikno, “*Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*”, (Yogyakarta: Liberty, 2005)
- Modul Kekayaan Intelektual Lanjutan, “*Merek dan Indikasi Geografis Tentang Pendaftaran Permohonan Merek dan Indikasi Geografis Serta Pelindungannya*”, 2020.
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Penerbit Mataram University Press, 2020.
- Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014
- Raharjo Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2000.
- Saidin OK, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektua*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2015
- Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.

Jurnal

- 2 nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era*, 2020, hlm 209. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/ncols/article/view/1324>
- Adhwaisy, Jasmine dan Pranoto, “*Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant*”, *Jurnal Privat Law* Vol. VIII No. 2 Juli-Desember 2020, diakses 22 Juni 2022, <https://jurnal.uns.ac.id/privatlw/article/view/48420>
- Indriyanto Agung, “*Pertanggung Jawaban Sekunder dan Perlindungan Penyedia Platform Berbasis User-Generated Content terkait Pelanggaran Hak Cipta*”. *Media HKI*: Vol. XIV, Edisi IV, (2017).
- Azis Abdul, Aan Handriani, Herlina Basri, “*Pelindungan Hukum Hak Pekerja Pada Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Dalam Ketenagakerjaan*”, *Jurnal: Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, Volume 10 (2019)
- Bernadetta Tjandra Wulandari, “*Tinjauan Yuridis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace*”, diakses 22 Juni 2022, <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/paradigma/article/view/19>

- Chaidir Puti, K., Mayana, R., dan Ramli, T. (2020). Pelindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal (Well-Known Mark) Atas Passing Off Pada Digital Platform Marketplace. *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum*, (2020) Doi:10.24843/Ks.2020.V08.I11.P03
- Chantry Dhityaenggarwangi, “Pelindungan Hak Cipta Melalui Regulasi Tokopedia Dalam Penjualan Buku Bajakan Supernova”, diakses 15 Juni 2022, <https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/refor/article/view/13400>.
- Emmy Febriani Thalib, “Tinjauan Yuridis Mengenai *Marketplace* Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia”, *Jurnalius Kajian Hukum dan Keadilan*, 2019.
- Helena Lamtiur Simangunsong dkk, “Pelindungan Hak Cipta Terhadap Pembajakan Karya Sastra Novel Versi E-Book di Tokopedia”, *NOTARIUS*, Volume 13 Nomor 1 (2020), <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/notarius/article/view/30504>
- Muhamad Hasan Muaziz, “Pengaturan Klausula Baku dalam Hukum Perjanjian Untuk Mencapai Keadilan Berkontrak”, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/15757> ,diakses 22 Juni 2022, Volume 11, Nomor 1, Tahun 2015
- Nata, Andreyan Giantama, “Pelindungan Hukum Hak Merek Dalam Transaksi Electronic Commerce Berbentuk Marketplace”, 2019, <https://Digilib.Uns.Ac.Id/Dokumen/Detail/69355/Pelindungan-Hukum-Hak-Merek-Dalam-Transaksi-Electronic-Commerce-Berbentuk-Market-Place>
- Putri Chaidir, Karenina dan Ranti Fauza Mayana, “Pelindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal (*Well – Known Mark*) Atas *Passing Off* Pada Digital Platform *Marketplace*”, *Jurnal Kertha Semaya*: <https://doi.org/10.24843/KS.2020.v08.i11.p03>
- Ramadhanty Syarafina, Naila Amatullah, dkk, “Doktrin Safe Harbor : Upaya Pelindungan Hak Cipta Konten”, *Legalitas: Jurnal Hukum Vol.2 No.2*, Desember 2020, diakses 9 Juli 2022, <http://legalitas.unbari.ac.id/index.php/Legalitas/article/view/226>

Internet

- “Alibaba dan Tencent Masuk Daftar E-Commerce Barang Palsu di Amerika”, 18 Februari 2022, diakses 9 Maret 2022, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/620f51163c1ef/alibaba-dan-tencent-masuk-daftar-e-commerce-barang-palsu-di-amerika..>
- “Analisis Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP Nomor 80 Tahun 2019, 4 Februari 2020, diakses 6 Juli 2022”, <https://siplawfirm.id/analisa-kebijakan-terbaru-e-commerce-berdasarkan-pp-80-tahun-2019/?lang=id>
- “Buka Lapak, Shoppe, dan Tokopedia Diawasi AS, Ada Apa?”, 22 Februari, diakses 9 Maret 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220222090358-37-317191/bukalapak-shopee-tokopedia-diawasi-as-ada-apa>.
- “DJKI Tanggapi Masuknya E-Commerce di Indonesia dalam Daftar Notorius Market 2021”, 24 Februari 2022, diakses 9 Maret 2022, <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/djki-tanggapi-masuknya-e-commerce-indonesia-dalam-daftar-notorious-market-2021?kategori=Berita%20Resmi%20Desain%20Industri&csrt=12809781541935138842...>

- “Hati-Hati! Karena 3 Hal Ini Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Privat Bisa Kena Sanksi”, 14 April 2021, <https://smartlegal.id/pse/2021/04/14/hati-hati-karena-3-hal-ini-penyelenggara-sistem-elektronik-pse-privat-bisa-kena-sanksi/>
- “Jangan Terkecoh, Ini Perbedaan OEM, KW, KW Super dan Original”, 26 Agustus 2019, <https://www.tokopedia.com/blog/perbedaan-oem-kw-original/>.
- “Jenis-Jenis Kekayaan Intelektual dan Pelindungannya”, diakses 3 April 2022, <https://www.hukumonline.com/berita/a/jenis-jenis-kekayaan-intelektual-lt62490bb8ddca2>
- “Ketentuan Konten ‘Negatif’ dalam Peremkominfo 5 Tahun 2020 Dinilai Ambigu”, 19 April 2021, diakses 10 Maret 2022, <https://www.hukumonline.com/berita/a/ketentuan-konten-negatif-dalam-permenkominfo-5-2020-dinilai-ambigu-lt607d6c0ec5644>.
- “Ketentuan Konten ‘negatif’ dalam Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 Dinilai Ambigu”, 19 April 2021, <https://www.hukumonline.com/berita/a/ketentuan-konten-negatif-dalam-permenkominfo-5-2020-dinilai-ambigu-lt607d6c0ec5644?page=1>
- “Kominfo Satukan Aturan Safe Harbor Policy dan Konten Ilegal”, 2017, diakses 9 Juli 2022, https://m.kominfo.go.id/content/detail/12436/kominfo-satukan-aturan-safe-harbour-policy-dan-konten-ilegal/0/sorotan_media
- “Louis Vuitton Indonesia – Louis Vuitton Alma Original”, diakses Mei 2022, <https://iprice.co.id/louis-vuitton/alma/>
- “Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar”, 8 Februari 2020, diakses Juni 2022, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/cl5892/merek-terkenal-yang-tidakterdaftar>.
- “Prosedur Pelaporan Pelanggaran Konten Produk”, diakses 6 Juli 2022, <https://www.tokopedia.com/help/article/prosedur-pelaporan-pelanggaran-konten-produk-di-tokopedia>
- “Sering Dengar Istilah Kw? Ini Penjelasan Maknanya”, 23 Maret 2018, <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3394244/sering-dengar-istilah-kw-ini-penjelasan-maknanya>
- Accused of E-Commerce Trade Infringement: What To Do, <https://singaporelegaladvice.com/law-articles/accused-ecommerce-trade-mark-infringement/#:~:text=If%20you%20receive%20such%20a,the%20e%2Dcommerce%20platform%20itself>, diakses 25 Juli 2022
- Apa itu Barang Kw? dan Ternyata Ada Tingkatannya”, 9 Oktober 2021 <https://www.kompas.tv/article/220004/apa-itu-barang-kw-dan-ternyata-ada-tingkatannya>
- Apa yang Perlu Diketahui Setelah Laporan Disubmit” <https://www.tokopedia.com/perlindungan-kekayaan-intelektual/pelaporan>
- Ariesta Anggie. (2020) *Kominfo: Pandemi Bikin Ekonomi Digital RI Tumbuh Double Digit*, <https://www.idxchannel.com/economics/kominfo-pandemi-bikin-ekonomi-digital-ri-tumbuh-double-digit>

- Arif Rohman, “Analisis Persamaan Merek Terkenal yang Tidak Sejenis Ditinjau Dari Hukum Merek”, 2017
[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/5777/analisis%20persamaan%20merek%20terkenal%20tidak%20sejenis%20ditinjau%20dari%20hukum%20merek%20\(studi%20putusan%20mahkamah.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/5777/analisis%20persamaan%20merek%20terkenal%20tidak%20sejenis%20ditinjau%20dari%20hukum%20merek%20(studi%20putusan%20mahkamah.pdf?sequence=1)
- Atik Untari, “DJKI Sambut Baik Pelindungan Kekayaan Intelektual di Platform Tokopedia”<https://nasional.sindonews.com/read/709351/94/djki-sambut-baik-pelindungan-ki-di-platform-tokopedia-1646967787> , 11 Maret 2022, diakses 22 Juni 2022
- Bernadetha Aurelia Oktavira, “Kewajiban Penyedia Marketplace untuk Menyediakan Fitur Cancel Order”, 17 Juni 2020, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/kewajiban-aplikasi-imarketplace-i-untuk-menyediakan-fitur-icancel-order-i-lt5d90b838b2abe>
- Dewi, Nuari Isro Kusuma, “Pelindungan Hukum Merek Terdaftar”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, 2018,
http://eprintslib.ummgl.ac.id/1890/1/13.0201.0005_%20BAB%20I%20_%20BAB%20II%20_%20BAB%20III%20_%20BAB%20V%20_%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf
- Dian Nita, “Cara Mudah Membedakan Tas Louis Vuitton Asli dan Palsu”, 17 Februari 2022, <https://www.kompas.tv/article/200550/cara-mudah-membedakan-tas-louis-vuitton-asli-dan-palsu?page=all>
- Fuzzy Kartika Candra Dewi, “*Pungutan Pajak Perdagangan Melalui Elektronik (E-Commerce) Antar Negara Berdasarkan Hukum Perpajakan di Indonesia*”, 2019, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/46883/1/fuzzy%20kartika%20candra%20dewi-fsh.pdf>
- Indra Setiawan, “Siapa Yang Bertanggung Jawab atas Konten Buatan Pengguna (UGC) pada Platform Digital di Indonesia” <https://id.cips-indonesia.org/post/siapa-yang-bertanggung-jawab-atas-konten-buatan-pengguna-ugc-pada-platform-digital-di-indonesia>.
- IP Guide: *Participating in Online E-Commerce Shopping Platforms in South East Asia*, hlm 18, diakses 20 Juli 2022.
- Kenali 7 Fitur yang Wajib Disediakan oleh PSE Privat”, 15 Mei 2021, diakses 18 Juni 2022, <https://smartlegal.id/pse/2021/05/15/kenali-7-fitur-yang-wajib-disediakan-oleh-pse-privat/>.
- Khoiri, Rama Danil “Aspek Hukum Sertipikat Hak Tanggung yang Hilang”, 2021, https://repository.unsri.ac.id/49067/2/RAMA_74201_02011381621448_0012036004_0027098104_01_front_ref.pdf
- Lucky Setiawati, “Perlindungan Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar di Indonesia”, 21 Maret 2019, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/merek-terkenal-yang-tidak-terdaftar-cl5892>
- Media Indonesia.com, “Studi EV-DCI : Daya Saing Digital Daerah Semakin Merata”, 7 Maret 2022, diakses 9 Maret 2022, <https://mediaindonesia.com/teknologi/476280/studi-ev-dci-daya-saing-digital-daerah-semakin-merata>.
- Monila, Kristo “*Indonesia Implements a Safe Harbor Policy for E-Commerce (Marketplace) Platforms*”, 13 Maret 2017, diakses 9 Juli 2022, <https://www.whitecase.com/publications/alert/indonesia-implements-safe-harbor-policy-e-commerce-marketplace-platforms>

- Muhammad Fauzi, “Dengan Satu Kali Klik, Apakah Perjanjian yang Kamu Buat Sah? Berikut Penjelasan *Clickwrap Agreement*”, diakses 15 Juni 2022, <https://heylawedu.id/blog/dengan-satu-kali-klik-apakah-perjanjian-yang-kamu-buat-sah-berikut-penjelasan-clickwrap-agreement>
- Nurpazila, “Pelindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Online (E-commerce)”, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020, <http://repository.ummat.ac.id/819/1/%28%20Cover%20-%20BAB%20III%20%29%20616110191-NURPAZILA-ILMU%20HUKUM.pdf>
- Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, “Gudang Baru Origin + Lukisan” diakses melalui <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/D002018053439?type=trademark&keyword=IDM000661350+>
- Qur’ani Hamalatul, “Barang Palsu dan Langgar Kekayaan Intelektual di E-Commerce: Tanggung Jawab Siapa?”, 18 Juli 2020, diakses 12 Juli 2022, <https://www.hukumonline.com/berita/a/barang-palsu-dan-langgar-kekayaan-intelektual-di-e-commerce--tanggungjawab-siapa-lt5f12739537073?page=1>
- Reza Pahlevi, “Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022”, 7 Februari 2022, diakses 9 Maret 2022” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022>.
- Risa Amrikasari, “Jika Memakai Merek Terdaftar Untuk Baju Edisi Khusus”, 10 Juli 2019, https://www.hukumonline.com/klinik/a/jika-memakai-merek-terdaftar-untuk-baju-edisi-khusus-lt5cb80e4d905af#_ftn1
- Rizky Alike, “Ekonomi Digital RI Bakal Melonjak 8 Kali Jadi Rp 4531 T pada 2030”, 10 Juni 2021, diakses 9 Maret 2022, <https://katadata.co.id/ameidyonasution/berita/60c23b6e68644/ekonomi-digital-ri-bakal-melonjak-8-kali-jadi-rp-4531-t-pada-2030>
- Sheilindary Icha, “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang”, diakses 17 Juli 2022, <http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/simburcahaya/article/view/1317>
- Tokopedia, diakses <https://www.tokopedia.com/terms#item>
- Viva Hotmauli Napitupulu, “Kajian Merek Pada Fenomena Vaksin Palsu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”, 2017, <http://eprints.undip.ac.id/62683/2/Bab2.pdf>

Peraturan Perundang-Undangan

Undang – Undang Dasar Kesatuan Republik Indonesia 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (PSE Lingkup Privat).

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan melalui sistem elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik

Putusan Nomor 520 K/Pdt.Sus-HKI/2021

Putusan Nomor 427 K/Pdt.Sus-HKI/2022.

Lain-lain

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (mERCHANT) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang Berbentuk User Generated Content

Slide PPT tentang Metode Kualitatif dalam Penelitian Hukum” Oleh Bivitri Susanti pada 28 September 2020.