

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis pada era perdagangan global, aktivitas pemasaran produk, baik berupa barang maupun jasa, semakin banyak memanfaatkan internet sebagai sarana utama penjualan (Sufyan, 2022:1). Internet menjadi media dominan yang digunakan dalam interaksi antara produsen dan konsumen. Internet sendiri merupakan jaringan komputer yang saling terhubung dengan standar global *Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sebagai protokol komunikasi berbasis pertukaran paket, yang memungkinkan miliaran pengguna di seluruh dunia saling terhubung. Jaringan terbesar yang terbentuk dari sistem tersebut dikenal sebagai internet, sedangkan proses penghubungan antarjaringan berdasarkan prinsip ini disebut *internetworking* (Ashari dkk., 2016:2).

Setiap individu maupun entitas bisnis perlu memiliki kesadaran terhadap pentingnya penggunaan nama dan simbol dalam aktivitas usaha serta pemasaran produk maupun jasa. Simbol-simbol tersebut berfungsi untuk mengidentifikasi asal-usul barang dan/atau jasa, sekaligus merepresentasikan perusahaan komersial yang bergerak dalam penyediaan produk maupun layanan tertentu. Dalam konteks pasar, nama dan simbol tersebut dikenal sebagai merek (*trademark*), nama usaha (*business name*), maupun nama perusahaan (*company name*) (Kasmawati dkk., 2022:110).

Perkembangan era digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap bentuk karya kreatif dan inovasi yang tidak lagi terbatas pada media

fisik, tetapi juga mencakup konten digital, perangkat lunak komputer, serta teknologi kecerdasan buatan yang terus mengalami perkembangan. Di sisi lain, kemajuan tersebut turut menghadirkan berbagai tantangan hukum baru, seperti pembajakan digital, pelanggaran hak cipta melalui media daring, dan penyalahgunaan teknologi. Berbagai permasalahan tersebut sering kali sulit diatasi secara optimal karena perkembangan teknologi berlangsung lebih cepat dibandingkan dengan penyesuaian sistem hukum yang berlaku (Dewi dkk., 2025:157). Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam struktur perekonomian, terutama melalui hadirnya pasar daring atau *e-commerce*. Pertumbuhan dunia digital yang sangat pesat membuka peluang bagi masyarakat untuk terjun sebagai pelaku usaha. Tidak jarang individu memilih untuk memiliki domain sendiri sebagai identitas merek usahanya. Era digital juga memengaruhi cara pembentukan nilai suatu merek. Kesadaran terhadap merek sebagai salah satu komponen penting dapat dibangun lebih cepat melalui berbagai platform digital, seperti situs *web*, *marketplace*, maupun media sosial (Heriani, 2022:1).

Salah satu kebutuhan fundamental dalam pemanfaatan ruang digital tersebut adalah keberadaan nama domain, yang berfungsi sebagai alamat identitas di internet. Nama domain memungkinkan suatu entitas untuk diakses secara mudah, konsisten, dan dikenali oleh publik dalam jaringan global. Dalam konteks kegiatan komersial, nama domain memiliki peran strategis karena menjadi pintu masuk utama bagi konsumen untuk mengenali, mengakses, dan berinteraksi dengan produk atau jasa yang ditawarkan secara daring.

Nama domain merupakan alamat dalam jaringan komputer global (internet) yang berfungsi untuk menunjukkan lokasi tertentu di dalam internet, sehingga dapat dikategorikan sebagai bagian dari informasi dan transaksi elektronik. Berdasarkan Pasal 1 Nomor 31 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik 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”.

Pasal 79 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, mengatur ketentuan mengenai Pengelolaan Nama Domain, yaitu bahwa:

- (1) “Pengelolaan Nama Domain diselenggarakan oleh pengelola Nama Domain.
- (2) Nama Domain terdiri atas:
 - a. Nama Domain tingkat tinggi generik;
 - b. Nama Domain tingkat tinggi Indonesia;
 - c. Nama Domain Indonesia tingkat kedua; dan
 - d. Nama Domain Indonesia tingkat turunan.
- (3) Pengelola Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
 - a. Registri Nama Domain; dan
 - b. Registrar Nama Domain.”

Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, mendefinisikan bahwa registri, registrar dan pengguna nama domain adalah:

32. “Registri Nama Domain adalah penyelenggara yang bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan, pengoperasian, dan pemeliharaan penyelenggaraan Sistem Elektronik Nama Domain.
33. Registrar Nama Domain adalah Orang, Badan Usaha, atau masyarakat yang menyediakan jasa pendaftaran Nama Domain.

34. Pengguna Nama Domain adalah Orang, Instansi Penyelenggara Negara, Badan Usaha, atau masyarakat yang mengajukan pendaftaran untuk penggunaan Nama Domain kepada Registrar Nama Domain.”

Ketentuan substantif mengenai nama domain di Indonesia juga diatur dalam Pasal 23 dan Pasal 24 Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pendaftaran nama domain menganut asas *first come, first serve*, yang berarti pihak yang pertama kali mengajukan permohonan akan langsung diterima tanpa melalui proses pemeriksaan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 23 Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa (Nizar, 2018:12):

- (1) “Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama.
- (2) 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.
- (3) 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.”

Pasal 24 Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa:

- (1) “Pengelola Nama Domain adalah Pemerintah dan/atau masyarakat.

- (2) Dalam hal terjadi perselisihan pengelolaan Nama Domain oleh masyarakat, Pemerintah berhak mengambil alih sementara pengelolaan Nama Domain yang diperselisihkan.
- (3) Pengelola Nama Domain yang berada di luar wilayah Indonesia dan Nama Domain yang diregistrasinya diakui keberadaannya sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengelolaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

Dalam konteks kegiatan usaha, nama domain kerap memiliki keterkaitan erat dengan merek terdaftar, mengingat keduanya sama-sama berfungsi sebagai tanda pembeda yang digunakan untuk mengenali asal suatu produk atau jasa. Penggunaan nama domain yang identik atau menyerupai merek terdaftar berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, terutama ketika nama domain digunakan oleh pihak yang tidak memiliki hak atas merek tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa nama domain tidak hanya berdimensi teknologis, tetapi juga memiliki implikasi hukum dalam bidang kekayaan intelektual, khususnya perlindungan terhadap merek terdaftar.

Merek termasuk dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual yang memiliki nilai strategis dari perspektif ekonomi. Sebagai salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual, merek memegang peranan penting dalam aktivitas perdagangan produk industri, baik di tingkat nasional maupun internasional. Keberadaan merek pada suatu produk memungkinkan konsumen untuk membedakan jaminan kualitas maupun kuantitas yang terkandung dalam produk tersebut (Gunawan, 2022:142). Selain berfungsi sebagai identitas produk, merek juga digunakan dalam kegiatan pemasaran dan periklanan, sehingga masyarakat sering mengaitkan kualitas, reputasi, serta karakteristik suatu produk dengan merek tertentu. Oleh karena itu, merek memiliki nilai

ekonomis yang tinggi dan dapat meningkatkan nilai komersial suatu produk di pasar (Jaya dkk., 2020:168). Selanjutnya, Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa:

“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.”

Di Indonesia, pendaftaran Merek Dagang maupun Merek Jasa didasarkan pada prinsip *First to file*. Prinsip ini memberikan hak kepada individu atau badan hukum yang pertama kali mengajukan pendaftaran atas suatu merek untuk kelas dan jenis barang atau jasa tertentu, sehingga merek tersebut secara hukum diakui sebagai milik pihak yang mendaftarkannya terlebih dahulu. Konsep *First to file* ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 1 ayat (5), yang menjelaskan definisi hak atas merek adalah (Putri dkk., 2023:1):

“Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”

Merek dan logo yang digunakan sebagai identitas usaha berfungsi untuk memudahkan konsumen maupun masyarakat dalam mengenali serta membedakan suatu usaha dagang dengan usaha lainnya. Identitas tersebut umumnya akan melekat dengan berbagai karakteristik, kualitas, dan citra yang dimiliki oleh masing-masing pelaku usaha (Rozak dkk., 2024:155). Dalam

sistem perlindungan kekayaan intelektual di Indonesia, salah satu prinsip yang diterapkan adalah perlindungan berdasarkan pendaftaran. Prinsip ini menegaskan bahwa pada beberapa cabang kekayaan intelektual, pendaftaran merupakan syarat untuk memperoleh perlindungan hukum atas hak yang dihasilkan (Putra dkk., 2022:69).

Meskipun nama domain dan merek sama-sama berfungsi sebagai identitas, keduanya didasarkan pada prinsip hukum yang berbeda. Pendaftaran nama domain umumnya menganut prinsip *first come, first served*, yang memberikan hak penggunaan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan nama tersebut tanpa pemeriksaan substantif terhadap hak atas merek. Hal ini sesuai dengan Pasal 83 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yang menyatakan bahwa:

- (1) “Pendaftaran Nama Domain dilaksanakan berdasarkan prinsip pendaftar pertama.
- (2) Nama Domain yang didaftarkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi persyaratan:
 - a. sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan;
 - b. kepatutan yang berlaku dalam masyarakat; dan
 - c. iktikad baik.
- (3) Registri Nama Domain dan Registrar Nama Domain berwenang:
 - a. menolak pendaftaran Nama Domain apabila Nama Domain tidak memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (2);
 - b. menonaktifkan sementara pinggunaan Nama Domain; atau
 - c. menghapus Nama Domain apabila pengguna Nama Domain melanggar ketentuan dalam Peraturan Pemerintah ini.”

Sebaliknya, perlindungan merek dalam hukum kekayaan intelektual didasarkan pada prinsip eksklusivitas dan pendaftaran yang melalui pemeriksaan substantif, sehingga memberikan hak khusus kepada pemilik merek terdaftar. Perbedaan prinsip ini membuka ruang terjadinya sengketa

antara pemilik merek dan pemegang nama domain yang menggunakan tanda yang sama atau serupa. Ketiadaan ketentuan yang secara eksplisit mewajibkan adanya verifikasi atau pemeriksaan terhadap kesesuaian nama domain dengan merek terdaftar. Akibatnya, pendaftaran nama domain berpotensi melanggar hak atas merek yang telah sah terdaftar sebelumnya. Ketiadaan norma ini menimbulkan celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk melakukan *cybersquatting* atau pendaftaran nama domain yang menyerupai merek terkenal dengan tujuan merugikan pemilik merek yang sah.

Penjelasan Pasal 23 ayat (2) Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik secara tegas menyatakan bahwa “Yang dimaksud dengan “melanggar hak Orang lain”, misalnya melanggar merek terdaftar, nama badan hukum terdaftar, nama Orang terkenal, dan nama sejenisnya yang pada intinya merugikan Orang lain”. Namun, dalam praktiknya, pihak registrar tidak melakukan proses verifikasi atau pemeriksaan secara memadai pada saat pendaftaran nama domain. Akibatnya, sering timbul konflik setelah nama domain tersebut diterbitkan, terutama apabila nama domain yang didaftarkan ternyata merupakan merek yang telah terdaftar sebelumnya. Kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap purna transaksi (Ardhya, 2017:135).

Nama domain didasarkan pada asas kebebasan berinformasi (*freedom of information*) dan asas kebebasan berkomunikasi (*free flow of information*) bagi para penggunanya, sehingga pada awalnya berfungsi sebagai sarana

komunikasi global (*networks of networks*) yang dapat diakses oleh semua pihak. Jika ditinjau dari definisi dan tujuan pembentukannya, nama domain dan merek berada pada ranah yang berbeda. Nama domain merupakan alamat dalam jaringan komputer global (internet), di mana dalam jaringan tersebut tidak terdapat otoritas pusat maupun kewenangan yang bersifat tersentral seperti halnya fungsi pemerintahan (Nizar, 2018:119-120).

Meskipun diatur dalam regulasi yang berbeda, nama domain dan merek kerap beririsan dalam praktik bisnis, terutama dengan semakin meluasnya pemanfaatan jaringan digital dalam sektor ekonomi. Banyak perusahaan menggunakan mereknya sebagai nama domain, namun karena sistem pendaftaran nama domain menganut prinsip pendaftar pertama, tidak jarang nama domain yang berkaitan dengan merek terkenal justru disalahgunakan oleh pihak lain. Kondisi ini sering terjadi akibat keterbatasan peraturan perundang-undangan yang belum secara tegas mengatur serta menindak penyalahgunaan tersebut (Sufyan, 2022:10).

Dalam beberapa perkara yang melibatkan persinggungan antara nama domain dan merek di Indonesia seperti yang tercermin dalam sengketa EBAY, Mustika Ratu, dan kasus lain yang melibatkan merek internasional seperti BMW terlihat pola permasalahan hukum yang berpusat pada kepemilikan domain, niat pendaftaran, serta dampak pendaftaran tersebut terhadap kegiatan komersial pemilik merek. Dalam perkara EBAY, penggugat EBAY, Inc., sebagai pelaku e-commerce internasional, bermaksud mendaftarkan domain “ebay.co.id” untuk mengembangkan operasinya di Indonesia, namun menemukan bahwa domain dimaksud telah terdaftar atas nama CV. Ebay

Indonesia sejak 17 Desember 2004 sampai 31 Agustus 2013 dan bahkan sempat diperpanjang oleh pihak tergugat; akibatnya EBAY turut menggugat Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) dan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM Divisi Multimedia) sebagai pihak terkait (Nizar, 2018:135-136).

Sementara dalam perkara Mustika Ratu, didalilkan bahwa pada awal Oktober 1999 Terdakwa Tjandra Sugiono mendaftarkan domain “mustikaratu.com” melalui Network Solutions dengan motif yang diduga untuk menguntungkan usaha pihak lain di mana yang bersangkutan diketahui bekerja di PT Martina Bertho (sebagai GM *International Marketing* pada rentang September 1999 Juni 2000), sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kosmetika dan merupakan pesaing PT Mustika Ratu sehingga pendaftaran domain tersebut diduga menghalangi akses mitra usaha internasional PT Mustika Ratu dan merugikan reputasi serta kegiatan perdagangan internasional perusahaan pemilik merek. Kasus-kasus tersebut menggambarkan kompleksitas problematika hukum domain dan merek, termasuk isu niat pendaftar, praktik pendaftaran yang bersifat oportunistik, serta peran pihak ketiga (registrar/penyelenggara domain dan operator jaringan) dalam sengketa yang menyentuh hak merek dan kepentingan perdagangan lintas batas (Nizar, 2018:137).

Pendaftaran merek di Indonesia berada dalam kewenangan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang secara struktural berada di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Sebaliknya, pengelolaan pendaftaran nama domain diselenggarakan oleh Pengelola Nama

Domain Internet Indonesia (PANDI), yang memperoleh mandat melalui penunjukan resmi dari Menteri Komunikasi dan Informatika. Prosedur pendaftaran nama domain relatif lebih mudah dibandingkan dengan pendaftaran merek yang harus melalui tahap pemeriksaan substantif. Perbedaan mekanisme ini membuka peluang terjadinya praktik penyalahgunaan oleh pihak-pihak tertentu, salah satunya berupa *cybersquatting*. *cybersquatting* dipandang sebagai bentuk kejahatan baru yang muncul seiring berkembangnya internet, di mana tindakan tersebut dilakukan dengan cara mendaftarkan atau menggunakan nama domain yang menyerupai merek terkenal untuk memperoleh keuntungan ekonomi secara tidak sah, sehingga menimbulkan perhatian serius di berbagai negara (Astrini & Ratnawati, 510–511).

Merek adalah alat penting untuk membedakan produk dan layanan di pasar, jadi perlindungan atas merek sering jadi urusan krusial perusahaan. Saat nama domain yang didaftar mirip atau identik dengan merek tertentu, konflik bisa muncul antara pemilik merek terdaftar dan pendaftar domain. Perseteruan semacam ini bukan cuma soal nama, tapi juga soal reputasi, potensi kerugian ekonomi, dan kebingungan konsumen. Dalam praktik, pemilik merek mesti menimbang langkah hukum atau administrasi untuk menuntut haknya.

Registrar atau PANDI tidak memiliki dasar hukum yang tegas untuk melakukan verifikasi terhadap status merek terdaftar saat proses pendaftaran domain. Dengan kata lain, belum ada aturan yang secara eksplisit mengatur mekanisme pemeriksaan merek sebelum domain diaktifkan. Situasi ini menyebabkan proses pendaftaran domain lebih bergantung pada data yang

disampaikan oleh pendaftar tanpa adanya pemeriksaan hukum yang mendalam. Akibatnya, meskipun pendaftaran dapat berlangsung dengan cepat, potensi munculnya sengketa di kemudian hari tetap tinggi.

Salah satu fenomena yang sering muncul dari kekosongan aturan adalah *cybersquatting*, orang mendaftarkan nama domain dengan motif mengambil keuntungan dari merek yang sudah ada. Kasus semacam ini memicu biaya besar bagi pemilik merek yang ingin merebut kembali atau memproteksi nama mereka secara online. Selain biaya, ada juga waktu dan sumber daya yang tersedot untuk menangani *dispute resolution* atau gugatan. Situasi ini jadi bagian dari keniscayaan ketika aturan preventif tidak kuat.

Di sisi konsumen, masalah verifikasi yang longgar juga berpotensi menciptakan kebingungan saat mencari layanan atau produk secara online. Ketika domain mirip merek populer muncul, konsumen bisa salah mengira situs tersebut resmi padahal tidak. Dampak kepercayaan terhadap merek atau *platform* tertentu bisa terganggu kalau praktik semacam ini kerap terjadi. Rantai efeknya menyentuh pengalaman pengguna sehari-hari di internet.

Registrar di Indonesia pada umumnya hanya menjalankan fungsi administratif seperti menerima pendaftaran, melakukan verifikasi identitas, lalu mengaktifkan domain. Tidak ada kewajiban khusus bagi mereka untuk mengecek apakah nama domain tersebut sama atau mirip dengan merek dagang yang sudah ada. Hal ini membuat kebijakan antar-registrar bisa berbeda-beda dan tidak ada standar nasional yang baku. Pada akhirnya, tanggung jawab sepenuhnya masih ada di tangan pemilik merek untuk menjaga haknya.

Sementara itu, perkembangan bisnis digital dan *e-commerce* semakin memperbesar nilai strategis dari nama domain. Nama domain yang singkat, mudah diingat, dan terkait dengan merek memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Persaingan untuk mendapatkan domain yang sesuai dengan identitas merek pun semakin ketat. Dari kondisi tersebut, muncul kebutuhan untuk melihat kembali bagaimana aturan nasional mengatur hubungan antara domain dan perlindungan merek. Tanpa adanya aturan nasional yang mengatur kewajiban verifikasi merek, risiko konflik akan terus mengikuti. Berdasarkan permasalahan tersebut yang hingga saat ini belum memperoleh penyelesaian yang jelas, peneliti bermaksud mengkaji dan menganalisis permasalahan tersebut secara lebih mendalam dalam sebuah skripsi yang berjudul: **“TINJAUAN NORMATIF TERHADAP PERLINDUNGAN MEREK TERDAFTAR DALAM SENGKETA NAMA DOMAIN DI INDONESIA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini difokuskan pada sejumlah permasalahan utama yang telah diidentifikasi. Identifikasi ini disusun secara sistematis dan logis untuk menentukan ruang lingkup penelitian:

1. Asas pendaftaran yang berbeda antara merek dan nama domain, yakni prinsip *first to file* dalam pendaftaran merek dan prinsip *first come, first serve* dalam pendaftaran nama domain, berpotensi menimbulkan konflik kepemilikan apabila nama domain yang didaftarkan identik atau mirip dengan merek yang telah terdaftar secara sah.

2. Tidak adanya mekanisme verifikasi atau pemeriksaan substantif terhadap kesesuaian nama domain dengan merek terdaftar pada saat proses pendaftaran domain baik pada Undang-Undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, maupun Peraturan Menteri Komunikasi dan Digital Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Publik.
3. Potensi pelanggaran terhadap hak atas merek yang telah sah terdaftar, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, akibat lemahnya sistem pengawasan dalam pendaftaran nama domain, yang pada akhirnya dapat merugikan pemilik merek baik secara ekonomi maupun reputasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memberikan arah dan fokus yang jelas dalam penelitian ini, batasan masalah ditetapkan pada dua aspek utama. Pertama, mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang yang telah terdaftar apabila digunakan sebagai nama domain oleh pihak lain di Indonesia berdasarkan ketentuan Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71

Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kedua, mengenai mekanisme penyelesaian sengketa nama domain di Indonesia dalam rangka melindungi hak pemilik merek dagang terdaftar.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang yang telah terdaftar apabila digunakan sebagai nama domain oleh pihak lain di Indonesia berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku?
2. Bagaimanakah mekanisme penyelesaian sengketa nama domain di Indonesia dalam rangka melindungi hak pemilik merek dagang terdaftar ditinjau dari perspektif hukum positif?

1.5 Tujuan Penelitian

1.5.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan serta menyumbangkan gagasan mengenai perlindungan hukum terhadap merek terdaftar yang menjadi objek sengketa dalam penggunaan nama domain di Indonesia, serta mekanisme penyelesaiannya dari perspektif hukum positif.

1.5.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang yang telah terdaftar apabila digunakan

sebagai nama domain oleh pihak lain di Indonesia berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa nama domain di Indonesia dalam rangka melindungi hak pemilik merek dagang terdaftar ditinjau dari perspektif hukum positif.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang hukum kekayaan intelektual, terutama terkait dengan integrasi antara hukum merek dan hukum teknologi informasi. Kajian normatif mengenai perlindungan merek dalam ranah hukum siber dan perdagangan elektronik diharapkan dapat semakin diperdalam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar konseptual bagi pengembangan studi lebih lanjut mengenai pembaruan hukum kekayaan intelektual di era digital di Indonesia.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dan memperluas wawasan penulis dalam mengkaji perlindungan merek terdaftar dalam sengketa nama penggunaan domain di Indonesia. Penulis juga bermaksud memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai sarana pembelajaran untuk memperdalam pemahaman dan memperluas pengetahuan dalam bidang ilmu hukum.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta pemahaman yang lebih komprehensif bagi pemilik merek dagang, praktisi hukum, maupun pelaku usaha mengenai hak-hak serta bentuk perlindungan hukum atas merek dan penggunaan nama domain.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih komprehensif dan selaras terkait penyelesaian sengketa antara hak atas merek dan penggunaan nama domain.

d. Bagi Pengelola Nama Domain ID (PANDI)

Memberikan masukan konkret bagi lembaga penyelenggara domain seperti PANDI dalam meningkatkan efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa nama domain secara normatif dan praktis.

