

ALTERNATIF PENYELESAIAN SENGKETA PERDATA DI ERA DIGITAL: UPAYA PERLINDUNGAN MEREK DALAM EKOSISTEM *E-COMMERCE* INDONESIA

Munira¹, Ika Novitasari², Riskayanti³, Ririn Yulandari Abbas⁴

¹²³⁴Program Studi Hukum Universitas Sulawesi Barat

munira@unsulbar.ac.id¹, ikanovitasari@unsulbar.ac.id², riskayanti@unsulbar.ac.id³,
ririnyulandari@unsulbar.ac.id⁴

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor perdagangan, khususnya melalui sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*). Perubahan ini membawa tantangan baru bagi sistem perlindungan hukum hak kekayaan intelektual, terutama terhadap merek dagang. Sengketa merek di platform digital kerap sulit diselesaikan melalui jalur litigasi konvensional yang cenderung lambat, berbiaya tinggi, dan kurang adaptif terhadap karakteristik transaksi elektronik. Kondisi tersebut menegaskan urgensi penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa (Alternative Dispute Resolution/ADR), khususnya melalui Online Dispute Resolution (ODR), sebagai mekanisme yang lebih fleksibel, cepat, dan efisien. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas ADR dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek di ekosistem *e-commerce* Indonesia, serta menggali potensi integrasinya dengan sistem hukum nasional dan kebijakan internal platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ADR, melalui mediasi dan arbitrase daring, memiliki prospek signifikan untuk mempercepat penyelesaian sengketa merek. Namun, efektivitasnya masih terkendala oleh kekosongan regulasi yang komprehensif, ketimpangan relasi antara konsumen dan pelaku usaha, lemahnya kontrol eksternal terhadap proses ODR, serta ketiadaan platform nasional yang terstandarisasi. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa ADR tidak hanya menjadi pilihan alternatif, tetapi dapat berfungsi sebagai instrumen utama untuk menjamin akses keadilan yang cepat dan terjangkau di ranah digital. Untuk itu, diperlukan pembaruan regulasi, penguatan kapasitas kelembagaan ADR, peningkatan literasi hukum digital, serta perluasan cakupan sistem pengaduan nasional seperti SiPENA agar mencakup sengketa kekayaan intelektual. Integrasi ADR-ODR yang dirancang secara progresif dan adaptif diharapkan mampu memperkuat perlindungan merek dan menciptakan ekosistem *e-commerce* yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Alternatif Penyelesaian Sengketa, *e-commerce*, Perlindungan Merek, Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has driven significant transformation in the trade sector, particularly through electronic commerce (e-commerce) systems. This shift has brought new challenges to the legal protection framework for intellectual property rights, especially trademarks. Trademark disputes on digital platforms are often difficult to resolve through conventional litigation, which tends to be slow, costly, and less adaptive to the nature of electronic transactions. This condition underscores the urgency of implementing Alternative Dispute Resolution (ADR), particularly Online Dispute Resolution (ODR), as a more flexible, swift, and efficient mechanism. This study aims to evaluate the effectiveness of ADR in providing legal protection for trademarks within Indonesia's e-commerce ecosystem and to explore the potential integration of ADR with the national legal system and the internal policies of digital platforms. The findings indicate that ADR, through online mediation and arbitration, holds significant potential to expedite the resolution of trademark disputes. However, its effectiveness is still hindered by the absence of comprehensive

regulations, imbalanced relations between consumers and business actors, weak external oversight of ODR processes, and the lack of a standardized national platform. The study concludes that ADR should not only be seen as an alternative option but can serve as a primary instrument for ensuring swift and affordable access to justice in the digital sphere. Therefore, regulatory reforms, strengthening the institutional capacity of ADR, enhancing digital legal literacy, and expanding the scope of the national complaint system such as SiPENA to cover intellectual property disputes are necessary. A progressively and adaptively designed ADR–ODR integration is expected to strengthen trademark protection and foster an e-commerce ecosystem that is fair, inclusive, and sustainable.

Keywords: *Alternative Dispute Resolution, e-commerce, Trademark Protection, Consumer Protection*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah menghasilkan transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan. Kegiatan jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini mengalami pergeseran menuju platform digital melalui sistem *e-commerce*. Perkembangan ini membuka peluang strategis bagi perusahaan untuk memasarkan produk secara lebih luas dan dengan efisiensi yang lebih tinggi¹. Namun demikian, era digital juga memunculkan tantangan baru, khususnya terkait dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, seperti merek dagang. Identitas merek yang seharusnya memperoleh perlindungan hukum kerap kali disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Brigjen Pol. Arie Rishadi, selaku Direktur Penegakan Hukum DJKI, mengungkapkan bahwa pelanggaran kekayaan Intelektual di ranah digital merupakan tantangan besar dalam proses penegakan hukum. Dijelaskan bahwa platform marketplace dan media sosial juga sering dimanfaatkan untuk memperdagangkan barang tiruan yang melanggar hak cipta dan merek.² Kondisi ini menegaskan urgensi pengembangan sistem hukum yang lebih responsif dan adaptif. Percepatan inovasi teknologi menuntut kesiapan sistem hukum dalam merespons dan menegakkan aturan secara seimbang dan tepat waktu.

Perselisihan terkait merek dagang dalam konteks perdagangan elektronik (*e-commerce*) umumnya berawal dari tindakan penggunaan tanpa izin, peniruan, serta peredaran produk palsu, yang merugikan pemilik hak merek yang sah. Proses litigasi konvensional dinilai kurang mampu menangani jenis sengketa ini secara efektif³. Hambatan utama terletak pada panjangnya prosedur hukum, tingginya biaya yang diperlukan, serta keterbatasan pemahaman hakim terhadap kompleksitas dunia digital. Akibatnya, pemilik merek kerap menghadapi kesulitan dalam memperoleh perlindungan

¹ Haqkiki Bintang Pratama dkk., “Akibat Hukum Penyalahgunaan Pemakaian Kosmetik Berbahan Kimia Dengan Edar Palsu Dan Tidak Mencantumkan Nomor Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) (Studi di Pasar Simpung Bandar Lampung),” *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 1, no. 2 (2023): hlm. 140–152.

² Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Pelanggaran Kekayaan Intelektual di Era Digital Jadi Tantangan Penegakan Hukum*, diakses dari <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/tantangan-membasmi-pelanggaran-kekayaan-intelektual-di-era-digital>

³ Rachmasarinigrum Rachmasarinigrum, “Analisis Yuridis Dampak *E-commerce* Terhadap Potensi Kehilangan Pajak Negara Indonesia,” *Jurnal Civic Hukum* 5, no. 2 (2020): hlm. 230–241.

hukum yang cepat dan memadai. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya alternatif penyelesaian sengketa yang lebih adaptif terhadap karakteristik *e-commerce*. Alternatif penyelesaian seperti mediasi dan arbitrase dipandang memiliki tingkat fleksibilitas dan efisiensi yang lebih tinggi. Integrasi teknologi informasi dalam proses penyelesaian turut berpotensi meningkatkan efektivitas dari segi waktu maupun biaya ⁴. Dalam era percepatan transformasi digital, pendekatan penyelesaian berbasis teknologi menjadi opsi yang relevan dan aplikatif.

E-commerce sebagai bagian integral dari ekosistem pemasaran digital, memiliki struktur yang kompleks dan melibatkan berbagai pihak, mulai dari penjual dan konsumen, hingga penyedia platform serta pihak ketiga. Dalam kerangka itu, perlindungan hukum atas merek tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata tetapi memerlukan partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan. Platform *e-commerce*, khususnya memainkan peran krusial dalam merumuskan dan menegakkan kebijakan perlindungan merek, melalui mekanisme seperti sistem pengaduan, takedown otomatis, dan kolaborasi dengan pemilik hak atas merek.⁵ Beberapa platform besar telah mengembangkan mekanisme penyelesaian sengketa internal sebagai wujud komitmen mereka. Akan tetapi, mekanisme tersebut kerap kali belum seragam dan tidak terintegrasi dengan sistem hukum nasional. Ketidaksesuaian ini menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, standardisasi dan integrasi sistem sangat diperlukan guna menjamin kepastian hukum ⁶. Diperlukan kolaborasi lintas sektor agar sistem penyelesaian sengketa dapat berfungsi secara optimal.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pertumbuhan *e-commerce* di era digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam memastikan keamanan transaksi, terutama yang berkaitan dengan keaslian produk bermerek ⁷. Tidak jarang konsumen menjadi korban pelanggaran hak merek, seperti pembelian barang palsu yang dikemas menyerupai produk asli. Ketidakjelasan regulasi serta keterbatasan akses terhadap mekanisme pengaduan formal merupakan kendala signifikan dalam menjamin perlindungan hak-hak konsumen ⁸. Oleh karena itu, dibutuhkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih inklusif, efisien, dan sesuai dengan karakteristik digital. Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS), seperti mediasi daring dan arbitrase melalui platform digital, menjadi instrumen

⁵ Rouse, *Indonesia: E-commerce Platform Liability and Safe Harbor Provisions*, diakses 7 Agustus 2025, <https://rouse.com/insights/news/2025/indonesia-e-commerce-platform-liability-and-safe-harbor-provisions>.

⁶ Melinda Nur Lestari, "Implementation of Online Dispute Resolution and Its Regulation in Indonesia," *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)* 9, no. 6 (2022): hlm. 55–63

⁷ Qorie Claudi Achmad dkk., "Penyelesaian Sengketa Merek 'Strong' dalam Perspektif Prinsip Konstitutif (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/Pdt.Sus.HKI/Merek/2021)," *Karimah Tauhid* 3, no. 1 (2024): hlm. 63–79.

⁸ Devina Ambarani dan Yeti Sumiyati, "Pemenuhan Hak Konsumen atas Informasi yang Jelas Mengenai Kondisi dan Jaminan Produk Makanan Kiloan dari Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Bandung Conference Series: Law Studies* 3, no. 1 (2023), hlm.650-656

yang potensial dalam menjawab kebutuhan tersebut. Melalui APS, proses penyelesaian dapat dilakukan secara lebih cepat dan terjangkau dibandingkan litigasi konvensional yang cenderung kompleks dan memakan biaya tinggi. Perlindungan terhadap konsumen harus ditempatkan sebagai prioritas utama dalam perumusan kebijakan hukum demi menjaga keberlangsungan dan integritas ekosistem perdagangan digital.

Di samping menjamin hak konsumen atas produk yang otentik dan berkualitas, perlindungan terhadap merek dalam ranah *e-commerce* turut berkontribusi dalam menciptakan transparansi serta membangun kepercayaan dalam interaksi perdagangan digital⁹. Konsumen yang terlindungi dari risiko penipuan atau penyalahgunaan identitas merek akan menunjukkan kecenderungan untuk lebih setia dan aktif dalam bertransaksi secara daring.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas metode alternatif dalam penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan perlindungan merek dalam ekosistem *e-commerce* di Indonesia. Instrumen seperti mediasi dan arbitrase telah banyak diimplementasikan di berbagai negara sebagai mekanisme penyelesaian sengketa digital. Akan tetapi, penerapannya di Indonesia masih belum mencapai tingkat optimal, baik dari sisi regulasi maupun pelaksanaannya di lapangan. Penelitian ini juga menyoroti urgensi peran pemerintah dalam mendorong reformasi kebijakan yang relevan.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan gambaran komprehensif terkait penyelesaian sengketa pada transaksi di *marketplace* dan perlindungan hukum bagi para pihak. Hidayati dan Suartini (2024) menyoroti penerapan *Online Dispute Resolution* (ODR) di berbagai *marketplace* dengan menekankan prinsip *intermediary liability*, menemukan bahwa meskipun sistem ODR internal telah ada, persoalan transparansi, keamanan, dan keadilan masih menjadi kendala¹⁰. Hanuring dkk. (2025) menegaskan bahwa perbedaan mekanisme sengketa antar-*marketplace*, rendahnya literasi hukum konsumen, dan ketiadaan sistem ODR nasional menghambat kepastian hukum, sehingga diperlukan regulasi yang lebih komprehensif dan transparan¹¹. Syafira dan Santoso (2025) memperluas perspektif pada perlindungan merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual, mengusulkan pemanfaatan teknologi seperti AI dan *blockchain* untuk mencegah pelanggaran yang berpotensi memicu sengketa¹². Sementara itu, Arbani (2025) menekankan pentingnya perlindungan hukum bagi UMKM sebagai penjual di *e-commerce*, mencakup hak-hak UMKM, keamanan data, dan

⁹ Rizky Amelia dkk., "Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam *E-commerce* Di Indonesia," *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 12, no. 1 (2023): hlm. 199–210

¹⁰ Maslihati Nur Hidayati & Suartini, *Implementation of Online Dispute Resolution and Marketplace Liability Based on the Principle of Intermediary Liability*, *IJML* Vol. 3 No. 3, (2024): hlm. 1-13

¹¹ Hanuring Ayu, Lahmuddin Zuhri, Olyvia Rosalia, & Firayani, *Juridical Review of Consumer Dispute Resolution in Online Marketplace Transactions*, *Leges Privatae* Vol. 1 No. 5, (2025): 32-39

¹² Nimasgari Dhaeyu Wildan Syafira & Budi Santoso, *Strategi Perlindungan dan Optimalisasi Hak Kekayaan Intelektual terhadap Merek dalam Era Digital: Tantangan dan Solusi*, *JIHHP* Vol. 5 No. 3, (2025): 2538-2544

dukungan pemerintah¹³. Keempat penelitian ini secara kolektif menegaskan urgensi penguatan regulasi terpadu dan pengembangan mekanisme ODR yang adil, transparan, dan adaptif terhadap dinamika perdagangan digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode hukum normatif yang menitikberatkan pada analisis norma hukum, asas-asas, doktrin, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku¹⁴. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengkaji permasalahan hukum terkait perlindungan merek dalam konteks digital secara ilmiah dan sistematis. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder, sehingga penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data empiris dari lapangan. Fokus utama kajian terletak pada upaya mengidentifikasi bentuk kekaburan norma, konflik antar ketentuan hukum, atau kekosongan pengaturan dalam penyelesaian sengketa merek di ranah *e-commerce* Indonesia. Pendekatan normatif ini dinilai dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah karena mengandalkan logika dan sistematika dalam proses penelaahan bahan hukum. Selain itu, penelitian ini ditujukan untuk merumuskan solusi teoretis atas persoalan hukum yang muncul akibat kemajuan teknologi digital. Pemilihan metode ini dianggap tepat karena karakteristik penelitian hukum normatif yang berbasis pada studi kepustakaan (*library research*)¹⁵. Dengan demikian, teknik pengumpulan data tidak mencakup wawancara maupun survei.

Dalam implementasinya, penelitian ini menggunakan dua pendekatan utama, yakni pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan analitis-konseptual (*analytical and conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan diterapkan dengan menelaah ketentuan hukum yang relevan, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengevaluasi tingkat kesesuaian dan efektivitas peraturan perundang-undangan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek di ranah digital. Adapun pendekatan analitis-konseptual bertujuan mengkaji asas-asas hukum serta pandangan para pakar hukum guna mengembangkan konsep-konsep hukum yang aplikatif. Pendekatan ini memiliki peran strategis dalam mengembangkan alternatif penyelesaian sengketa di luar jalur litigasi, seperti mediasi, arbitrase, dan penyelesaian

¹³ Muhammad Arbani, *Aspek Hukum Perlindungan UMKM dalam Penjualan di E-commerce: Tantangan dan Solusi di Era Digital*, *Syntax Admiration* Vol. 6 No. 2, (2025): 1166-1175

¹⁴ Oktriadi Kurniawan dkk., "Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online (*E-commerce*) Yang Mengarah Pada Tindak Pidana Penipuan," *Jurnal Syntax Transformation* 1, no. 7 (2020): hlm. 353–358

¹⁵ Dwi Gusdarnelis dkk., "Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Penyelesaian Sengketa Penolakan Klaim Asuransi Kerugian oleh Perusahaan Asuransi Terhadap Nasabahnya," *Unes Journal of Swara Justisia* 7, no. 4 (2024): hlm. 1321–1331.

sengketa daring (ODR) ¹⁶. Kedua pendekatan tersebut saling melengkapi dalam membangun pemahaman komprehensif mengenai dinamika hukum yang terjadi dalam lingkungan *e-commerce* di Indonesia.

Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier ¹⁷. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta instrumen hukum internasional seperti Perjanjian TRIPs dan Konvensi Paris. Bahan hukum sekunder terdiri atas referensi ilmiah dalam bentuk literatur hukum, jurnal akademik, pendapat para pakar hukum, serta laporan kajian dari lembaga-lembaga yang kredibel. Adapun bahan hukum tersier meliputi ensiklopedia hukum, kamus hukum, dan indeks hukum yang berfungsi sebagai pelengkap informasi ¹⁸. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode studi pustaka (*library research*) dengan cara menelaah serta mencatat berbagai sumber hukum yang relevan dengan topik penelitian. Karena penelitian ini bersifat normatif, maka tidak dilakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi pustaka dan pemeriksaan silang terhadap berbagai referensi hukum ¹⁹. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara kritis guna menghasilkan jawaban yang objektif atas rumusan masalah dalam penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan deskriptif-analitis dengan penerapan teknik evaluatif, interpretatif, sistematis, dan argumentatif ²⁰. Teknik evaluatif dimanfaatkan untuk mengevaluasi relevansi dan kesesuaian norma hukum dengan praktik yang berkembang. Teknik interpretatif bertujuan untuk memahami makna ketentuan hukum melalui penafsiran gramatikal, sistematis, maupun otentik. Teknik sistematis digunakan untuk menelusuri keterkaitan antara norma-norma dalam suatu tatanan hukum, baik yang memiliki derajat yang sama maupun berbeda. Sementara itu, teknik argumentatif mengandalkan logika penalaran hukum guna merumuskan argumen yang kokoh dalam mengembangkan alternatif penyelesaian sengketa. Keempat teknik ini diterapkan secara integratif guna memperoleh jawaban yang komprehensif dan ilmiah

¹⁶ Sugih Ayu Pratitis, "Peranan Pemerintah Dalam Meningkatkan Produk Indikasi Geografis di Indonesia," *Jurnal Perspektif Hukum* 2, no. 2 (2021): hlm. 264–296.

¹⁷ Didik Kusuma Yadi dkk., "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi *E-commerce* Menurut Tata Hukum Indonesia," *Commerce Law* 2, no. 1 (2022). Hlm. 393-411

¹⁸ Fitriah Fitriah, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL," *Solusi* 18, no. 3 (2020): hlm. 371–382.

¹⁹ Didik Kusuma Yadi dkk., "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi *E-commerce* Menurut Tata Hukum Indonesia," *Commerce Law* 2, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>.

²⁰ Samuel Situmorang, "Syarat Sahnya Suatu Jual-Beli Online Pada Perjanjian/ Kontrak Elektronik Di Indonesia," *Visi Sosial Humaniora* 3, no. 2 (2022): hlm. 170–188.

terhadap isu hukum yang dikaji²¹. Penelitian jenis normatif ini menggunakan analisis kualitatif yakni dengan menjelaskan data-data yang ada dengan kata-kata atau pernyataan bukan dengan angka-angka.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya membahas ODR atau ADR dalam konteks sengketa konsumen di *marketplace* atau perlindungan UMKM, penelitian ini secara spesifik menyoroti sengketa merek di ranah *e-commerce* dengan menempatkan ADR sebagai instrumen utama, bukan sekadar alternatif penyelesaian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Tantangan Perlindungan Hukum Merek di *E-commerce*

Merek dagang berfungsi sebagai identitas hukum atas suatu produk atau jasa, sekaligus menjadi simbol jaminan mutu dan sarana strategis dalam membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen. Dalam konteks transaksi digital, peran merek menjadi semakin krusial karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Akibatnya, citra dan reputasi merek menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja secara daring.

Merek yang telah dikenal secara luas (*well-known mark*) memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, terutama generasi muda yang cenderung responsif terhadap perkembangan tren digital. Di Indonesia, perlindungan terhadap merek terkenal ini diatur dalam pasal 6 ayat (1) huruf b dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menegaskan bahwa pemilik merek terdaftar memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya dan berhak melarang pihak lain untuk menggunakan merek tersebut tanpa izin.²²

Di era digital, pelanggaran terhadap hak merek meningkat signifikan. Banyak pelaku usaha memasarkan produk tiruan yang menyerupai merek terkenal melalui *e-commerce*, media sosial, dan bahkan toko daring mandiri. Peredaran produk palsu ini menyebabkan kerugian finansial bagi pemilik merek, menurunkan kepercayaan konsumen, dan berisiko membahayakan keselamatan publik karena tidak memenuhi standar kualitas²³. Penjualan produk palsu di *marketplace* sering dilakukan oleh pelaku anonim dan sulit dilacak. Sifat transaksi yang anonim mempersulit pembuktian dan pelacakan pelaku pelanggaran, sementara banyak platform *e-commerce* belum memiliki sistem pengawasan

²¹ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli *E-commerce*," *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2018): hlm. 199.

²² Takwim Azami, Shidqon Prabowo, & Bahrul Fawaid, *Kedudukan Hukum Merek Well-Known Mark dalam Pembelian Barang Online*, *Jurnal Qistie*, Vol. 16 No. 2, 2023, hlm. 332–333

²³ Alfito Bramantia Putra & Budi Santoso, *Perlindungan HKI dalam Transaksi E-commerce: Penjualan Produk Tiruan*, *Nomos*, Vol. 5 No. 1, 2025, hlm. 80

yang memadai²⁴. Berdasarkan kajian yuridis normatif, pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek di ranah *e-commerce* masih mengalami berbagai kendala. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek telah memberikan landasan hukum, regulasi tersebut belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan yang dihadirkan oleh perdagangan berbasis digital. Ketidaksesuaian tersebut mengindikasikan adanya kekosongan norma yang berdampak pada lemahnya efektivitas penegakan hukum. Oleh sebab itu, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih responsif terhadap dinamika teknologi dan karakter transaksi elektronik.

Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan landasan normatif untuk perlindungan hak atas merek, termasuk pengaturan mengenai pelanggaran, sanksi, dan penyelesaian sengketa. Pasal 83 ayat (1) UU Merek menyatakan bahwa pemilik merek terdaftar berhak menggugat pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang sama atau mirip untuk barang dan/atau jasa sejenis. Namun, mekanisme gugatan ini pada umumnya ditempuh melalui jalur litigasi, yang bersifat formal, kaku, dan tidak jarang mengabaikan kebutuhan akan penyelesaian cepat dalam lingkungan *e-commerce* yang dinamis. Dalam konteks digital keberadaan pasal 93 UU Merek yang membuka peluang penyelesaian sengketa melalui jalur non-litigasi seharusnya dapat dioptimalkan. Sayangnya peraturan pelaksana untuk mendukung mediasi dan arbitrase merek, khususnya secara daring, belum tersedia secara teknis dan operasional. Hal ini menyebabkan norma tersebut kurang aplikatif di lapangan²⁵. Kekosongan Norma operasional ini juga bertentangan dengan semangat percepatan penyelesaian sengketa yang diatur dalam prinsip keadilan yang cepat, sederhana, dan biaya ringan sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 2 ayat (4) Undang-Undang Kekuasaan kehakiman.

Sejalan dengan itu, ADR sebagai pendekatan non-litigasi memberikan opsi penyelesaian yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap konteks transaksi digital. Prinsip utama ADR adalah win-win solution, kerahasiaan proses, dan partisipasi sukarela para pihak.²⁶ Keunggulan ini sangat penting ketika menyangkut pelaku UMKM atau konsumen yang menghadapi kesulitan mengakses pengadilan. Namun demikian, belum adanya aturan teknis dalam sistem peradilan nasional mengenai penggunaan *Online Dispute Resolution* untuk sengketa merek menjadi hambatan utama. Regulasi mengenai mediasi secara umum memang telah diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) No.1 tahun 2016, namun penerapannya terbatas pada peradilan dan belum menjangkau platform *e-commerce* secara langsung. Ini menunjukkan adanya urgensi harmonisasi antara hukum formil dan mekanisme penyelesaian berbasis teknologi. Dalam kerangka reformasi hukum, pemerintah perlu merancang

²⁴ Niru Anita Sinaga & Muhammad Ferdian, *Pelanggaran Hak Merek dalam Transaksi Elektronik*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Vol. 10 No. 2, 2020, hlm. 77–78

²⁵ Kurniawan, R. (2024). *Efektivitas Mekanisme Non-Litigasi dalam Penyelesaian Sengketa Merek di Platform Digital*. Jurnal Hukum Teknologi & Inovasi, Vol. 3 No. 1, hlm. 77.

²⁶ Purwoko, B. & Hartono, Y. (2021). *Penerapan Alternative Dispute Resolution dalam Penyelesaian Sengketa E-commerce di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik, Vol. 9 No. 2, hlm. 134

regulasi turunan dari UU Merek yang secara khusus mengatur tata cara penyelesaian sengketa melalui ODR, termasuk standar proses, lembaga pelaksana, dan legalitas hasil putusan. Pengalaman dari beberapa yurisdiksi seperti Uni Eropa dan Tiongkok membuktikan bahwa sistem sengketa daring dapat berjalan efektif apabila didukung oleh legitimasi hukum dan infrastruktur digital yang memadai.²⁷

Permasalahan sengketa merek dalam ranah *e-commerce* umumnya bersumber dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat, manipulasi identitas produk, serta pemanfaatan merek dagang ternama oleh pihak-pihak yang tidak memiliki hak. Kajian terhadap bahan hukum primer dan sekunder mengindikasikan bahwa sistem perlindungan hukum konvensional belum sepenuhnya mampu merespons pola pelanggaran yang terjadi dalam platform digital. Pelaksanaan putusan pengadilan pun kerap menghadapi kendala, terutama ketika pelaku pelanggaran berada di luar wilayah yurisdiksi nasional. Dalam kerangka pendekatan normatif, ditemukan bahwa lemahnya harmonisasi antara peraturan perundang-undangan nasional dan instrumen hukum internasional seperti TRIPs menjadi salah satu faktor penghambat efektivitas perlindungan hukum. Di samping itu, mekanisme penegakan hukum terhadap penyelenggara platform digital juga masih menunjukkan kelemahan, karena belum terdapat pengaturan yang komprehensif mengenai tanggung jawab mereka dalam mengawasi konten bermasalah. Kondisi ini mengakibatkan adanya celah hukum yang dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sah dalam ekosistem perdagangan digital.

Untuk memperkuat urgensi perlindungan hukum terhadap merek dalam *e-commerce*, dapat dikemukakan contoh kasus sengketa merek antara pemilik merek “Erigo” dan akun penjual tidak resmi di platform marketplace Tokopedia. Dalam kasus tersebut, ditemukan adanya penjual yang menggunakan nama “Erigo Premium” untuk menjual produk yang bukan merupakan bagian dari distributor resmi. Pemilik merek kemudian mengajukan keberatan dan melaporkan pelanggaran tersebut ke pihak Tokopedia berdasarkan kebijakan penanganan pelanggaran hak kekayaan intelektual. Tokopedia kemudian menindaklanjuti dengan menghapus produk dan menonaktifkan akun penjual tersebut. Kasus ini mencerminkan bagaimana pelanggaran merek dalam *e-commerce* dapat dilakukan dengan mudah oleh pihak ketiga yang tidak memiliki hubungan hukum dengan pemilik merek. Mekanisme litigasi konvensional tidak digunakan dalam penyelesaian kasus ini, sebaliknya, prosedur administratif internal platform menjadi jalur penyelesaiannya. Meskipun efektif dari segi

²⁷ Ambarani, D., & Sumiyati, S. (2023). *Implementasi Online Dispute Resolution dalam Sengketa E-commerce: Studi Komparatif antara Uni Eropa dan Tiongkok*. Jurnal Hukum Internasional, Vol. 6 No. 1, hlm. 92.

waktu, penyelesaian semacam ini menimbulkan persoalan yuridis karena tidak memiliki kekuatan hukum tetap, serta tidak dapat menjamin restitusi atau ganti rugi kepada pemilik merek.²⁸

Analisis yuridis terhadap kasus ini menunjukkan pentingnya keterlibatan platform dalam pengawasan konten serta perlunya ketentuan nasional yang tegas tentang tanggung jawab platform digital. Jika merujuk pada UU Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek, pelanggaran seperti ini masuk dalam kategori penggunaan merek tanpa izin yang dapat dikenai sanksi pidana dan perdata. Namun, karena belum adanya integrasi antara hukum formal dengan mekanisme internal platform, upaya perlindungan sering kali terhenti pada langkah administratif non-litigasi

Ketidakjelasan norma hukum dalam ranah *e-commerce* merupakan isu krusial yang perlu segera ditangani. Penafsiran terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebenarnya telah memberikan perlindungan terhadap aktivitas digital termasuk *e-commerce* hanya saja terkait perlindungan merek masih belum mencakup secara menyeluruh persoalan pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam ruang digital. Sebagai contoh, belum terdapat regulasi yang secara eksplisit mengatur mengenai pelanggaran merek yang terjadi melalui media seperti situs palsu, akun tiruan, atau bentuk konten digital lainnya.

Menghadapi tantangan perlindungan hukum di *e-commerce* strategi perlindungan merek harus mencakup pendekatan teknologis, seperti penerapan sistem pelacakan merek menggunakan kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan watermark digital. Kolaboratif, yakni kerja sama antara pemerintah, pemilik merek, dan platform *e-commerce* untuk membentuk sistem deteksi pelanggaran secara otomatis. Preventif, melalui kampanye edukasi digital untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap bahaya membeli produk palsu.²⁹

Mekanisme litigasi konvensional sering dianggap lambat, mahal, dan kurang responsif dalam menyelesaikan sengketa yang muncul dalam ekosistem *e-commerce*. Kompleksitas prosedur hukum, lamanya waktu penyelesaian, serta biaya yang tinggi menjadi hambatan utama bagi para pihak, terutama konsumen dan pelaku usaha mikro dan kecil. Dalam konteks ini, sistem Online Dispute Resolution (ODR) muncul sebagai solusi modern yang menjanjikan efisiensi dan aksesibilitas lebih baik. Pemerintah Indonesia telah mengakomodasi gagasan ini melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik, khususnya dalam pasal 72 yang

²⁸ Lihat Utomo, R., dkk. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang dalam Transaksi E-commerce: Studi Kasus Penjualan Produk Palsu di Marketplace*. Jurnal Ilmu Hukum dan Teknologi, Vol. 4 No. 2, hlm. 88.

²⁹ Nimasgari D. W. Syafira & Budi Santoso, *Strategi Perlindungan dan Optimalisasi Merek di Era Digital*, JIHHP, Vol. 5 No. 3, 2025, hlm. 2538–2539

secara eksplisit menyebutkan ODR sebagai salah satu metode penyelesaian sengketa yang dapat digunakan dalam transaksi elektronik.³⁰

Namun demikian, penerapan ODR di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan substantif. Pertama, belum adanya regulasi yang komprehensif dan mengikat secara nasional yang mengatur standar pelaksanaan, prosedur, serta legitimasi hasil putusan dari ODR. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum bagi para pihak yang menyepakati penyelesaian melalui mekanisme tersebut. Kedua, terdapat ketimpangan relasi kuasa antara konsumen dan pelaku usaha, dimana dalam banyak kasus, konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah secara ekonomi, informasi, dan akses terhadap mekanisme perlindungan hukum, sehingga ODR berpotensi digunakan secara sepihak oleh pelaku usaha untuk membatasi hak gugat konsumen.³¹

Selain itu, minimnya kontrol eksternal terhadap proses dan putusan ODR yang dikelola oleh pihak ketiga (terutama marketplace besar) menimbulkan kekhawatiran mengenai objektivitas, akuntabilitas, dan keberimbangan proses penyelesaian sengketa. Dalam banyak platform, ODR hanya merupakan bagian dari kebijakan internal perusahaan yang tidak tunduk pada pengawasan otoritas publik atau lembaga penegak hukum, sehingga sulit menjamin perlindungan hak-hak keperdataan, khususnya terkait hak kekayaan intelektual.

Sebagai respon terhadap kebutuhan integrasi sistem pengaduan, pemerintah telah meluncurkan SiPENA (Sistem Pengaduan Nasional), yang ditujukan sebagai platform digital terpusat untuk menyampaikan dan menindaklanjuti pengaduan konsumen dalam transaksi elektronik. Meskipun langkah ini merupakan kemajuan positif dalam membangun ekosistem perlindungan konsumen digital, sayangnya jangkauan SiPENA masih terbatas pada aspek transaksi konsumen dan belum mencakup secara menyeluruh dimensi sengketa kekayaan intelektual, termasuk sengketa merek yang kerap terjadi dalam *e-commerce*³². Oleh karena itu, dibutuhkan perluasan peran SiPENA maupun pengembangan lembaga ODR tersendiri yang mampu menangani sengketa HKI secara lebih spesifik, dengan tata kelola yang mengedepankan prinsip akses keadilan, efektivitas, dan akuntabilitas.

2. Integrasi ADR dalam Penyelesaian Sengketa Merek di *E-commerce*

Alternatif penyelesaian sengketa (ADR) dipandang sebagai solusi strategis dalam mengatasi keterbatasan efektivitas jalur litigasi dalam penyelesaian sengketa merek di ranah *e-commerce*. Melalui pendekatan analitis-konseptual, mekanisme ADR seperti mediasi, arbitrase, dan penyelesaian sengketa secara daring (Online Dispute Resolution/ODR) menawarkan keunggulan berupa kecepatan,

³⁰ Pasal 72 PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

³¹ Tanaya, *Penerapan Online Dispute Resolution pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Menyelesaikan Sengketa Perdagangan Elektronik*, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Vol. 4 No. 2, 2023, hlm. 103

³² Reka Dewantara et al., *Optimizing the Role of SiPENA as Integrated Dispute Resolution*, Kanun, Vol. 25 No. 1, 2023, hlm. 114–115

efisiensi, serta fleksibilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan prosedur litigasi konvensional. Dalam konteks digital, ODR menunjukkan potensi signifikan karena kemampuannya dalam memangkas proses penyelesaian, menjangkau lintas yurisdiksi, serta memfasilitasi keterlibatan para pihak secara praktis dan efisien. Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan ADR, khususnya ODR, sejalan dengan kebutuhan untuk memperkuat perlindungan hukum terhadap merek dalam era transformasi digital. Implementasi ODR telah terbukti berhasil di sejumlah negara melalui pengembangan platform yang khusus menangani sengketa konsumen dan kekayaan intelektual secara daring. Dengan demikian, penguatan dan pengintegrasian ADR dalam sistem hukum nasional merupakan langkah yang relevan dan strategis untuk menjawab tantangan penyelesaian sengketa di sektor *e-commerce* Indonesia.

Secara normatif, penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR) dalam perlindungan merek di Indonesia masih tergolong terbatas. Ketidadaan ketentuan yang secara eksplisit mengatur penyelesaian sengketa secara daring (ODR) dalam sistem perundang-undangan nasional menjadi salah satu hambatan utama dalam implementasinya. Hasil kajian terhadap regulasi yang berlaku menunjukkan bahwa belum terdapat integrasi yang komprehensif antara mekanisme ADR dengan penyelesaian sengketa kekayaan intelektual, khususnya dalam konteks digital. Melalui pendekatan evaluatif, kondisi ini mencerminkan belum optimalnya kesiapan sistem hukum nasional dalam mengakomodasi penyelesaian sengketa berbasis teknologi. Ketentuan mengenai mediasi dan arbitrase yang ada saat ini masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengatur tentang pelanggaran merek di ranah *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah merumuskan kebijakan hukum yang secara khusus mengatur prosedur ODR dalam penyelesaian sengketa merek digital guna memperkuat kepastian hukum bagi para pelaku usaha di era ekonomi digital.

Pada studi mengenai Efektivitas mediasi elektronik di pengadilan menegaskan bahwa kesiapan infrastruktur digital dan kepastian hukum merupakan faktor krusial dalam menunjang keberhasilan penyelesaian sengketa berbasis teknologi³³. Temuan tersebut relevan dalam konteks *e-commerce*, di mana penyelesaian sengketa merek secara daring (ODR) juga memerlukan dukungan regulatif dan kelembagaan yang kuat agar dapat berjalan optimal.

ODR adalah bentuk digital dari ADR yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempertemukan para pihak dan memfasilitasi negosiasi, mediasi, atau arbitrase secara daring. Dalam konteks *e-commerce*, ODR diintegrasikan langsung ke dalam sistem marketplace, seperti; *Shopee Resolution Center* yang menangani klaim dan retur produk melalui proses mediasi Internal, dengan bukti digital dan sistem *escrow ShopeePay* untuk menjamin keamanan transaksi dan *Tokopedia*

³³ Munira, M., Hasan, H., & Abbas, R. Y. (2025). Menakar Efektivitas Mediasi Elektronik di Pengadilan: Solusi atau Tantangan Baru?. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), hlm. 2867–2875.

Resolution Center , yang menyediakan mekanisme pengaduan, negosiasi awal antara pembeli dan penjual dan mediasi oleh tim internal jika negosiasi gagal.³⁴

Sebagai perbandingan, dapat ditinjau praktik internasional melalui sistem Alibaba Intellectual Property Protection (IPP) Platform. Alibaba mengembangkan sistem penyelesaian sengketa daring berbasis bukti digital yang memungkinkan pemilik merek mengajukan klaim terhadap penjual produk palsu secara langsung. Sistem ini memfasilitasi penyelesaian sengketa dengan pendekatan mediasi dan evaluasi otomatis oleh pihak internal. Dalam laporan tahunan Alibaba, disebutkan bahwa 98% sengketa hak kekayaan intelektual dapat diselesaikan dalam waktu kurang dari 24 jam saat hari kerja.³⁵ Studi perbandingan ini mengilustrasikan bahwa penerapan ODR yang terstandar dan didukung oleh teknologi mampu menjadi solusi efektif untuk mengatasi kendala geografis, birokrasi, dan biaya tinggi dalam penyelesaian sengketa. Indonesia dapat belajar dari model ini dengan mendorong peran aktif platform *e-commerce* nasional seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee untuk mengadopsi skema serupa, tentunya dengan dukungan regulasi mengikat.

Marketplace sebagai Intermediary tidak hanya berperan sebagai perantara, tetapi juga memikul tanggung jawab untuk memastikan ekosistem transaksi yang aman. Berdasarkan teori *justice as fairness* dari John Rawls, marketplace wajib menyediakan akses yang setara bagi semua pihak, termasuk perlindungan bagi pemilik merek dari pelanggaran.³⁶

Integrasi ADR dalam *e-commerce* terjadi dengan mengadaptasi prinsip-prinsip penyelesaian sengketa non-litigasi ke platform digital, seperti Negosiasi Digital, dilakukan langsung antara pembeli dan penjual melalui chat atau fitur sengketa; Mediasi Virtual, Tim marketplace bertindak sebagai mediator netral, memeriksa bukti seperti foto produk, deskripsi, dan histori transaksi; Arbitrase Daring, dimungkinkan jika para pihak sepakat, misalnya melalui lembaga arbitrase yang memfasilitasi persidangan online. Namun, penerapan ini masih jarang di Indonesia untuk, sengketa merek di marketplace; Pencatatan hasil kesepakatan, hasil ADR/ODR didokumentasikan secara digital secara digital dan dapat diunduh sebagai bukti, sejalan dengan ketentuan pasal 6 UU No. 30 tahun 1999 mengenai perjanjian perdamaian tertulis.³⁷

Kasus sengketa merek “Strong” antara Hardwood Private Limited dan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan betapa pentingnya mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat dan konsisten.³⁸ Dalam kasus ini, perbedaan putusan antara tingkat pertama dan kasasi menimbulkan dual ownership,

³⁴ Maslihati Nur Hidayati & Suartini, *Implementation of Online Dispute Resolution and Marketplace Liability Based on the Principle of Intermediary Liability*, IJML, Vol. 3 No. 3, 2024. Hlm. 3-4

³⁵ Alibaba Group 2020 Annual Report on Intellectual Property Protection, <https://www.scribd.com/document/559125362/Alibaba-2020-annual?utm>

³⁶ Muhlizar, Akiruddin Ahmad, & Mei Rinda Kumala Dewi Br. Tarigan, *Juridical Overview of Trademark Dispute Resolution According to Indonesian Civil Law*, JSER, Vol. 7 No. 1, 2025.

³⁷ *Ibid*

³⁸ Qorie Claudi Achmad, Nurwati, & Dadang Suprijatna, “Penyelesaian Sengketa Merek ‘Strong’ dalam Perspektif Prinsip Konstitutif,” Karimah Tauhid, Vol. 3 No. 1, 2024, hlm. 64-66.

yang bertentangan dengan prinsip konstitutif perlindungan merek.³⁹ ADR dapat menghindari inkonsistensi ini karena fokus pada kesepakatan para pihak.

Tantangan Implementasi penerapan ADR dalam sengketa merek *e-commerce* di Indonesia yaitu, belum adanya regulasi khusus ODR yang mengatur prosedur dan kekuatan eksekutorial hasilnya.⁴⁰ Perbedaan mekanisme antar marketplace yang kadang cenderung memihak pelaku usaha.⁴¹ Rendahnya literasi hukum konsumen, yang menyebabkan mereka enggan atau tidak tahu cara menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa.⁴²

Keberhasilan penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR) dalam menyelesaikan sengketa merek di ranah digital sangat dipengaruhi oleh sejumlah determinan, antara lain tingkat kesadaran hukum para pihak, kesiapan infrastruktur digital, serta mutu kelembagaan penyelenggara ADR itu sendiri. Hasil telaah terhadap literatur dan doktrin hukum menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi ADR di berbagai negara ditunjang oleh kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku sektor swasta, dan lembaga penyelesaian sengketa yang bersifat independen. Dalam konteks Indonesia, ketiadaan platform digital berskala nasional yang terstandarisasi untuk menangani sengketa secara daring masih menjadi kendala utama. Temuan penelitian ini menekankan pentingnya penguatan kelembagaan yang disertai dengan pengaturan hukum yang jelas dan komprehensif guna mendukung efektivitas pelaksanaan ADR. Apabila integrasi ADR dikembangkan melalui pendekatan yang terstruktur dan kontekstual, maka hal tersebut akan berkontribusi signifikan terhadap efisiensi mekanisme penyelesaian sengketa serta memperkuat perlindungan hukum atas merek dalam ekosistem *e-commerce*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi alternatif penyelesaian sengketa (ADR), khususnya melalui mekanisme penyelesaian sengketa daring (ODR), merupakan strategi penting dalam membangun sistem penyelesaian sengketa merek yang bersifat modern dan adaptif. Efektivitas sistem tersebut memerlukan dukungan berupa pembaruan regulasi serta peningkatan kapasitas kelembagaan ADR yang sejalan dengan perkembangan teknologi digital. Hasil kajian normatif menunjukkan bahwa keberadaan ADR tidak semata-mata sebagai pilihan alternatif, melainkan dapat berperan sebagai instrumen utama dalam mewujudkan akses keadilan yang cepat, efisien, dan terjangkau dalam konteks transaksi elektronik. Melalui pendekatan argumentatif, analisis ini menegaskan bahwa ketiadaan landasan hukum yang memadai akan menghambat optimalisasi fungsi ADR. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan penyusunan kerangka hukum yang

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ Dian Hanida, "Penerapan Online Dispute Resolution (ODR) dalam Upaya Penyelesaian Sengketa *E-commerce* di Indonesia," Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 10 No. 3, 2023, hlm. 33.

⁴¹ Hanuring Ayu, Lahmuddin Zuhri, Olyvia Rosalia, & Firayani, "Juridical Review of Consumer Dispute Resolution in Online Marketplace Transactions," Leges Privatae, Vol. 1 No. 5, 2025, hlm. 33

⁴² *Ibid*, hlm.34

progresif dan adaptif sebagai respons terhadap tantangan penyelesaian sengketa merek di dalam ekosistem *e-commerce* Indonesia.

D. Simpulan

Penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR), khususnya melalui Online Dispute Resolution (ODR), memiliki potensi strategis dalam membangun sistem penyelesaian sengketa merek yang adaptif terhadap dinamika *e-commerce*. Namun, efektivitasnya masih terkendala oleh minimnya regulasi komprehensif, ketimpangan relasi antara konsumen dan pelaku usaha, lemahnya kontrol eksternal terhadap proses dan putusan ODR, serta belum adanya platform nasional yang terstandarisasi untuk menangani sengketa daring. Keberhasilan ADR sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur digital, mutu kelembagaan penyelenggara, tingkat kesadaran hukum para pihak, serta kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga penyelesaian sengketa independen. Temuan ini menegaskan bahwa ADR tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme alternatif, tetapi dapat menjadi instrumen utama dalam mewujudkan penyelesaian sengketa merek yang cepat, efisien, dan terjangkau di ranah digital. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis berupa penyusunan kerangka hukum progresif dan adaptif, peningkatan kapasitas kelembagaan ADR, serta perluasan cakupan sistem pengaduan nasional seperti SiPENA agar mencakup sengketa kekayaan intelektual. Dengan dukungan regulasi yang jelas dan tata kelola yang akuntabel, integrasi ADR-ODR akan berkontribusi signifikan dalam memperkuat perlindungan hukum atas merek di ekosistem *e-commerce* Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Q. C., Nurwati, dan Suprijatna, D. (2024). "Penyelesaian sengketa merek 'Strong' dalam perspektif prinsip konstitutif (Studi putusan Mahkamah Agung Nomor 332K/Pdt.Sus.HKI/Merek/2021)", *Karimah Tauhid*, 3(1), hlm. 63–79.
- Alibaba Group. (2020). *Annual report on intellectual property protection*. Diakses dari: <https://www.scribd.com/document/559125362/Alibaba-2020-anual>
- Ambarani, D., dan Sumiyati, S. (2023). "Implementasi online dispute resolution dalam sengketa e-commerce: Studi komparatif antara Uni Eropa dan Tiongkok", *Jurnal Hukum Internasional*, 6(1), hlm. 92.
- Ambarani, D., dan Sumiyati, Y. (2023). "Pemenuhan hak konsumen atas informasi yang jelas mengenai kondisi dan jaminan produk makanan kiloan dari pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Bandung Conference Series: Law Studies*, 3(1), hlm. 650–656.
- Arbani, M. (2025). "Aspek hukum perlindungan UMKM dalam penjualan di e-commerce: Tantangan dan solusi di era digital", *Syntax Admiration*, 6(2), hlm. 1166–1175.

- Azami, T., Prabowo, S., dan Fawaid, B. (2023). “Kedudukan hukum merek *well-known mark* dalam pembelian barang online”, *Jurnal Qistie*, 16(2), hlm. 332–333.
- Bramantia Putra, A., dan Santoso, B. (2025). “Perlindungan HKI dalam transaksi e-commerce: Penjualan produk tiruan”, *Nomos*, 5(1), hlm. 80.
- Dewantara, R., dkk. (2023). “Optimizing the role of SiPENA as integrated dispute resolution”, *Kanun*, 25(1), hlm. 114–115.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (n.d.). “Pelanggaran kekayaan intelektual di era digital jadi tantangan penegakan hukum”. Diakses dari: <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/tantangan-membasmi-pelanggaran-kekayaan-intelektual-di-era-digital>
- Fitriah. (2020). “Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui media sosial”, *Solusi*, 18(3), hlm. 371–382.
- Gusdarnelis, D., dkk. (2024). “Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam penyelesaian sengketa penolakan klaim asuransi kerugian oleh perusahaan asuransi terhadap nasabahnya”, *Unes Journal of Swara Justisia*, 7(4), hlm. 1321–1331.
- Hanida, D. (2023). “Penerapan online dispute resolution (ODR) dalam upaya penyelesaian sengketa e-commerce di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hukum*, 10(3), hlm. 33.
- Hanuring, A., Zuhri, L., Rosalia, O., dan Firayani. (2025). “Juridical review of consumer dispute resolution in online marketplace transactions”, *Leges Privatae*, 1(5), hlm. 32–39.
- Haqkiki Bintang Pratama, dkk. (2023). “Akibat hukum penyalahgunaan pemakaian kosmetik berbahan kimia dengan edar palsu dan tidak mencantumkan nomor Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (Studi di Pasar Simpur Bandar Lampung)”, *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 1(2), hlm. 140–152.
- Hidayati, M. N., dan Suartini. (2024). “Implementation of online dispute resolution and marketplace liability based on the principle of intermediary liability”, *International Journal of Multidisciplinary Law*, 3(3), hlm. 1–13.
- Kurniawan, O., dkk. (2020). “Penyelesaian sengketa wanprestasi dalam perjanjian jual beli online (*e-commerce*) yang mengarah pada tindak pidana penipuan”, *Jurnal Syntax Transformation*, 1(7), hlm. 353–358.
- Kurniawan, R. (2024). “Efektivitas mekanisme non-litigasi dalam penyelesaian sengketa merek di platform digital”, *Jurnal Hukum Teknologi & Inovasi*, 3(1), hlm. 77.
- Lestari, M. N. (2022). “Implementation of online dispute resolution and its regulation in Indonesia”, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(6), hlm. 55–63.
- Munira, M., Hasan, H., dan Abbas, R. Y. (2025). “Menakar efektivitas mediasi elektronik di pengadilan: Solusi atau tantangan baru?”, *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(2), hlm. 2867–2875.
- Niru Anita Sinaga, dan Ferdian, M. (2020). “Pelanggaran hak merek dalam transaksi elektronik”, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 10(2), hlm. 77–78.
- Pratitis, S. A. (2021). “Peranan pemerintah dalam meningkatkan produk indikasi geografis di Indonesia”, *Jurnal Perspektif Hukum*, 2(2), hlm. 264–296.
- Purwoko, B., dan Hartono, Y. (2021). “Penerapan alternative dispute resolution dalam penyelesaian sengketa e-commerce di Indonesia”, *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 9(2), hlm. 134.

- Rachmasariningrum, R. (2020). “Analisis yuridis dampak e-commerce terhadap potensi kehilangan pajak negara Indonesia”, *Jurnal Civic Hukum*, 5(2), hlm. 230–241.
- Rouse. (2025, 7 Agustus). “Indonesia: E-commerce platform liability and safe harbor provisions”. Diakses dari: <https://rouse.com/insights/news/2025/indonesia-e-commerce-platform-liability-and-safe-harbor-provisions>
- Sitomorang, S. (2022). “Syarat sahnya suatu jual-beli online pada perjanjian/kontrak elektronik di Indonesia”, *Visi Sosial Humaniora*, 3(2), hlm. 170–188.
- Syafira, N. D. W., dan Santoso, B. (2025). “Strategi perlindungan dan optimalisasi hak kekayaan intelektual terhadap merek dalam era digital: Tantangan dan solusi”, *JIHHP*, 5(3), hlm. 2538–2544.
- Tanaya. (2023). “Penerapan online dispute resolution pada badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menyelesaikan sengketa perdagangan elektronik”, *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 4(2), hlm. 103.
- Utomo, R., dkk. (2021). “Perlindungan hukum terhadap merek dagang dalam transaksi e-commerce: Studi kasus penjualan produk palsu di marketplace”, *Jurnal Ilmu Hukum dan Teknologi*, 4(2), hlm. 88.
- Wulandari, Y. S. (2018). “Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap transaksi jual beli e-commerce”, *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), hlm. 199.
- Yadi, D. K., dkk. (2022). “Perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi e-commerce menurut tata hukum Indonesia”, *Commerce Law*, 2(1), hlm. 393–411. <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>