

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang sudah diuraikan sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yang berkaitan dengan pelaksanaan hukum yang diberikan oleh UU No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis terhadap perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek di *e-commerce* atas pemalsuan merek:

1. Bahwa pelaksanaan UU No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, masih kurang baik dalam pencegahan atas pemalsuan merek di *e-commerce*, masih banyak kasus pemalsuan merek di Indonesia yang belum bisa maksimal dan adil. Pada tahun 2014 berdasarkan studi Masyarakat Indonesia Anti-Pemalsuan (MIAP) di Indonesia mengalami kerugian karena perdagangan barang palsu di diperkirakan mencapai Rp 65,1 triliun, akibat penegakan hukum yang kurang baik banyak pemalsuan merek di Indonesia, Alasan mengapa di dalam UU No. 20 tahun 2016 jarang di dilakukan karena banyak Penegak hukum belum bisa atau hati-hati dalam menginterpretasikan UU ini dengan benar terhadap kasus-kasus yang ada. Belum lagi banyak kesempatan para pelaku usaha yang tidak melakukan pendaftaran merek dan tidak ada itikad baik melakukan pendaftaran merek.
2. Berdasarkan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa UU NO. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis Kelemahan Undang-Undang Merek dalam hal pendaftaran merek di Indonesia yaitu tidak adanya persyaratan filosofi merek yang dimana Maka dari itu perlu adanya syarat untuk mencantumkan filosofi dari nama merek yang akan didaftarkan. Hal itu dirasa perlu untuk menciptakan merek merek yang berkualitas oleh merek yang didaftarkan dan menghindari kemungkinan munculnya sengketa merek yang timbul akibat adanya kesamaan nama merek lokal Indonesia dengan merek-merek lain bahkan dengan merek terkenal dari luar negeri. dan menimbulkan adanya multitafsir pemahaman mengenai merek terkenal yang misalnya dalam Undang-Undang tersebut hanya disebutkan bahwa untuk

membuktikan suatu merek adalah merek terkenal harus dengan disertai bukti pendaftaran merek di beberapa negara di Indonesia. Namun kenyataannya banyak pelanggaran merek yang di *e-commerce* yang memalsukan dan Batasan tanggung jawab tersebut sudah semestinya dipertegas lagi dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai *e-commerce*. Dengan demikian antara penyedia dan pengguna platform memiliki kedudukan yang jelas dalam upaya perlindungan hak merek sesuai peran dan porsinya masing-masing. Hal tersebut juga untuk memudahkan penegakan hukum bagi pelanggaran yang terjadi terhadapnya. Sehingga diharapkan akan tercipta payung hukum *e-commerce* yang berkeadilan terhadap perlindungan hak merek

## 5.2 Saran

1. Terhadap para pemegang Merek di platfom *e-commerce*, disarankan untuk segera mendaftarkan Mereknya di Indonesia agar tidak didahului oleh pihak lain yang beritikad buruk terutama dalam menggunakan Merek Terkenal tersebut untuk keuntungan pribadi dan Terhadap masyarakat Indonesia maupun negara lain, disarankan agar dapat menghilangkan itikad buruk dalam hal menggunakan Merek yang sudah didaftar untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara menumpang ketenaran yang sudah ada.
2. Sebaiknya Undang-Undang merek memberikan ukuran yang pasti, pelanggaran merek di *e-commerce*, agar penegasan untuk menentukan Kekurangan yang ada dalam peraturan perundang-undangan yang menaungi perlindungan tersebut, sudah selayaknya menjadi catatan bagi pembuat kebijakan dan penyusun peraturan untuk dapat membenahi dan mengisi kekosongan yang ada dengan memperhatikan kepentingan pihak-pihak yang terkait dalam permasalahan yang timbul. Dengan demikian diharapkan akan tercipta dasar hukum penaung *e-commerce*, dengan adanya batasan kriteria merek yang ada di *e-commerce* dan juga memberikan kriteria yang dapat membedakan persamaan pada pokoknya dengan persamaan secara keseluruhan dan Menerapkan syarat filosofi suatu merek.

