

1. TRADE MARKS - LAW AND LEGISLATION
2. ELECTRONIC COMMERCE



LAPORAN PENELITIAN DOSEN MUDA
TAHUN ANGGARAN 2001

KKB
KK-2
346.048 8
Jen
P

PERLINDUNGAN MEREK DALAM TRANSAKSI MELALUI INTERNET DOMAIN NAMES

Peneliti:

RAHMI JENED, S.H., M.H.
MOCHAMMAD ZAIDUN, S.H., M.Si.
ZACHRY VANDAWATI CH., S.H.

3000307023141

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai Oleh Bagian Proyek Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

DIP Nomor : 059/XXIII--/2001 Tanggal 1 Januari 2001

Kontrak Nomor : 021/LIT/BPPK-SDM/III/2001

Ditbinlitabmas, Ditjen Dikti, Depdiknas

Nomor Urut : 14

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Nopember, 2001

Scan social-2007 - 002-2007 - HK



Faint, illegible text, possibly a title or header, located in the upper middle section of the page.

Faint, illegible text, possibly a subtitle or author information, located in the middle section of the page.

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Faint, illegible text, possibly a description or abstract, located in the lower middle section of the page.

Faint, illegible text, possibly a footer or page number, located at the bottom center of the page.

RINGKASAN PENELITIAN

Judul Penelitian	:	Perlindungan Merek Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Melalui <i>Internet Domain Name</i>
Ketua Peneliti	:	Rahmi Jened, S.H./, MH
Anggota Peneliti	:	Zahry Vandawati, S.H. M. Zaidun, SH., MSi
Fakultas/Puslit	:	Hukum/ Universitas Airlangga
Sumber Biaya	:	Bagian Proyek Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia (Peneliti Muda)

Ringkasan:

Teknologi komputer telah dikenal sejak lima puluh tahun yang lalu, sedangkan internet telah dirintis sejak awal 1969 melalui proyek eksperimental oleh Badan Penelitian Departemen Pertahanan Amerika Serikat yaitu *Advanced Research Project Agency / ARPA* dengan proyeknya yang disebut ARPANET. Internet artikan oleh *Bureau National Affairs Electronic Information Policy and Law* sebagai berikut :

The internet is not a physical or tangible entity, but rather a giant network which interconnects innumerable smaller groups of linked computer networks. It is thus a network of networks. This is the best understood if one considers what a linked group of computers...referred to here as a "network"..... is, and what it does. Small networks are now ubiquitous (and are often called "local area networks").

Internet bukan merupakan sesuatu benda yang bersifat fisik atau berwujud, tetapi merupakan suatu jaringan raksasa yang menghubungkan suatu kelompok jaringan komputer dengan lainnya. Dengan kata lain *internet is worldwide network of computer networks that use to facilitate data transmission and exchange.*

Teknologi komputer dan internet pada dasarnya bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi manusia dengan tingkat efektifitas dan efisiensi yang tinggi. Penggunaan teknologi ini telah merubah perdagangan yang sifatnya langsung bertemu muka antara penjual dan pembeli (*face to face direct selling*) menjadi suatu transaksi secara elektronik (*electronic commerce*) yang terjadi di dunia maya (*cyber space*). Dalam transaksi ini kegiatan promosi untuk distribusi barang dan jasa dilakukan melalui suatu situs yang disebut *Internet Domain Names*. *Internet domain names* adalah merupakan suatu alamat di *Internet Assigment Name Authorithy (IASN)*. Pendaftaran *internet domain name* didasarkan prinsip "*first come first served*" yang mengakibatkan setiap orang bisa mendaftarkan dengan cara menyerobot (*cybersquatting*) merek terkenal atau nama terkenal milik orang lain secara tidak sah sebagai

terkenal atau nama terkenal milik orang lain secara tidak sah sebagai *internet domain names* dan memiliki situs di internet (*cybersquattor*). Tentu saja tindakan seperti ini memicu timbulnya sengketa hukum. Dalam *One Million Casetergugat (cybersquattor)* mencoba menjual *domain names bergerking.com*. sebesar \$ 125.000 kepada perusahaan BERGERKING sebagai pemilik merek yang sah. Beberapa merek terkenal (*wellknown trademark*), seperti, *windows.com;mc.donald.com; panavision.com*, *domain namesnya* terdaftar oleh pihak lain diluar pemilik merek yang sah.

Berdasarkan latar belakang sebagaimana dikemukakan diatas, permasalahan penelitian adalah :

1. Bagaimana praktek transaksi *e - commerce* dan perolehan *internet domain names*?
2. Apakah penggunaan merek pihak lain sebagai *internet domain names* merupakan pelanggaran merek ?

Penelitian ini bersifat *juridis sosialogis*. Data yang digunakan sebagai acuan adalah data primer dalam data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan responden dan penemuan dilapangan. Data sekunder berasal dari kepustakaan, termasuk hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan. Lokasi penelitian adalah kota Surabaya dan Jakarta. Populasi adalah *Internet Service Provider (ISP)* dan sebagai sampel adalah *D-Net* dan *jatim mall.com*. Responden adalah para *netter* (pengguna internet) dan beberapa pengusaha yang tergabung dalam *jatim mall.com*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan dan mewawancarai beberapa responden secara bebas. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan. Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif

Hasil penelitian menunjukkan:

- a. Praktek transaksi melalui internet berlangsung secara (a) *business to business*, (b) *business to consumers* dan (c) *consumers to consumers models*. Pendaftaran *internet domain names* dilakukan melalui mediator ISP/ASP lazimnya kepada InterNIC atau IDNIC. Pendaftaran ditempuh dengan membayar sejumlah biaya tergantung fasilitas yang disediakan oleh ISP/ASP; mengisi *standard form* yang telah disediakan oleh ISP/ASP ; memenuhi persyaratan yang sangat mudah cukup identitas diri tanpa ada data pendukung legitimasi hak merek dari si pendaftar. Umumnya si pendaftar mengisi *form* tersebut tanpa memperhatikan klausula *Exoneratie* (pembatasan tanggunggugat ISP/ASP) bahwa pihak ISP/ASP tidak bertanggunggugat terhadap pihak ketiga atas isi *website* termasuk *domain names* yang didaftar ,dan sebaliknya jika ada tuntutan pelanggaran dari pihak ketiga atas pendafatar yang telah difasilitasinya.
- b. Ada beberapa bentuk pelanggaran *internet domain names* yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, namun penggunaan suatu nama/merek oleh pihak lain secara tanpa hak sebagai *internet domain names* tidak dengan sendirinya merupakan pelanggaran merek. Terhadap pelanggaran *internet domain names* yang merupakan

pelanggaran merek dimungkinkan berlakunya UU Merek yang menyediakan upaya pemulihan berupa gugatan perdata, tuntutan pidana dan ADR. Pelanggaran *internet domain names* juga telah disikapi oleh pihak ICANN dan ISN dengan menerbitkan beberapa aturan. Selain itu dalam upaya mengatasi pelanggaran pihak ISP/ASP dapat ikut bertanggungjawab atas dasar kewenangan (*authorization of liability*).

SUMMARY

Title of the research	:	Trademark Protection in E- Commerce Transaction through Internet Domain Name.
Chief of research	:	Rahmi Jened,S.H.,MH
The members	:	Zachry Vandawati,S.H. M. Zaidun,S.H.,MSi.
Faculty/Research Centre	:	Law Faculty of Airlangga University
Fund facilities by	:	Improvement of Human Resources Development

Summary Content:

Computer technology has been known since early of the 1950's and internet technology called ARPANET has developed in 1969 by Advanced Research Project Agency of US Defense Department. Computer and internet technology aim to make human activity more efficient and effective. These technology also have an ability to change trade system from "face to face direct selling" to indirect selling in cyberspace that called electronic commerce .In this system, people offers the products with **as a commercial web site (domain name)**.

Internet domain name is an address in the cyberspace which conducted by Internet Assigned Name Authority (IANA). The internet domain name registration based on the "**first come ,first served**" principle that causes many problems, such as, cybersquatting.Burgerking.com; windows.com;mc.donald.com and panavision.com, are examples of cybersquatting cases . These become legal problems since the applicant registers a trademark as his/her web site (domain name) unlawfully and without consent of the trademark holders.

The research problems are the following questions :

1. How do the mechanism of e-commerce transaction and internet domain name registration?
2. Do infringe if trademark used as internet domain name?

This is a socio legal research by using primary and secondary data. Primary data is interview result with the respondents. Secondary data is gotten from bibliography including the former research report.

The population of this research is some Internet Service Providers (ISP) or Application Service Providers (ASP) companies that located in Surabaya and Jakarta, e.g. INDONET; D-Net and jatimall.com. Respondents are ISP/ASP' customer (netter) and entrepreneurs that joined jatimall.com.

The research result shows:

1. E-commerce can be done trough (a) business to business; (b) business to customer and (c) customer to customer. Applicant can registers the web site (domain name) through InterNIC or IDNIC with helping of ISP/ASP. Its registration system is quite simple by filling application form and paying

amount of money without requiring any legal document to show the ownership of trademark.

2. There are some infringements that can be identified in this research. If someone registers web site (domain name) without consent of trademark holders, his conduct can not automatically be defined trademark infringement. If there is, Trademark Act provides some legal remedies. Beside that ICANN and ISN have already published some arrangements, one of them is Uniform Domain Name Disputes Resolution. Furthermore ISP/ASP has responsibility of its infringements. This is authorization liability basis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya, maka penelitian berjudul “Perlindungan Merek Dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui *Internet Domain Name*” dapat peneliti laksanakan.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

- Yth. Rektor Universitas Airlangga
- Yth. Ketua Lembaga Penelitian Universitas Airlangga
- Yth. Dekan Fakultas Hukum Universitas Airlangga

Serta pihak-pihak yang telah membantu dalam rangkapenyelesaian penelitian ini.

Kami menyadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kelemahannya, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran guna perbaikan laporan penelitian ini. Harapan peneliti ,semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan proses belajar mengajar pada khususnya.

Surabaya, Desember 2001
Peneliti,

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN PENELITIAN	
SUMARY	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	13
1. Tujuan Penelitian	13
2. Manfaat Penelitian	13
BAB IV. METODE PENELITIAN.....	14
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	15
1. Praktek Transaksi <i>E-Commerce</i>	15
2. Penggunaan Merek sebagai <i>Internet Domain Name</i>	23
BAB VI PENUTUP	33
1. Kesimpulan	33
2. Saran.....	34
DAFTAR BACAAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah.

Teknologi komputer telah dikenal sejak lima puluh tahun yang lalu, sedangkan internet telah dirintis sejak awal 1969 melalui proyek eksperimental oleh Badan Penelitian Departemen Pertahanan Amerika Serikat yaitu *Advanced Research Project Agency / ARPA* dengan proyeknya yang disebut ARPANET.¹ Internet artikan oleh *Bureau National Affair's Electronic Information Policy and Law* sebagai berikut :²

The internet is not a physical or tangible entity, but rather a giant network which interconnects innumerable smaller groups of linked computer networks. It is thus a network of networks. This is the best understood if one considers what a linked group of computers...referred to here as a "network"..... is, and what it does. Small networks are now ubiquitous (and are often called "local area networks").

Internet bukan merupakan sesuatu benda yang bersifat fisik atau berwujud, tetapi merupakan suatu jaringan raksasa yang menghubungkan suatu kelompok jaringan komputer dengan lainnya. Dengan kata lain *internet is worldwide network of computer networks that use to facilitate data transmission and exchange.*³

¹ History of the Internet, <http://www.arpnet.com>.

² Micah D. Stolowitz, Copyright in the Internet, <http://www.gahtan.com>

³ Kurweni Ukar, *Microsoft Front page 2000*, Elex Komputindo, Gramedia, Jakarta, 2001, h.20

Pada awal 1981 lebih kurang 300 komputer telah terhubung ke internet dan sepuluh tahun kemudian angka tersebut telah berkembang menjadi tak kurang 1 juta komputer terhubung ke internet. Saat ini tak kurang dari 200 juta yang menggunakan internet setiap harinya.⁴

Teknologi komputer dan internet pada dasarnya bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi manusia dengan tingkat efektifitas dan efisiensi yang tinggi. Penggunaan teknologi ini telah merubah perdagangan yang sifatnya langsung bertemu muka antara penjual dan pembeli (*face to face direct selling*) menjadi suatu transaksi secara elektronik (*electronic commerce*) yang terjadi di dunia maya (*cyber space*). Dalam *e-commerce* penjual dan pembeli bertemu dan bertransaksi disuatu tempat yang disebut *website* yang diibaratkan sebagai suatu toko berikut *etalaseny*a pada suatu *mall* atau pusat perbelanjaan⁵

Dalam transaksi ini kegiatan promosi untuk distribusi barang dan jasa dilakukan melalui suatu situs yang disebut *Internet Domain Names*. *Internet domain names* adalah merupakan suatu alamat di *Internet Assigment Name Authority (IASN)*. Pendaftaran *internet domain name* didasarkan prinsip "*first come first served*" yang mengakibatkan setiap orang bisa mendaftarkan dengan cara menyerobot (*cybersquatting*) merek terkenal atau nama terkenal milik orang lain secara tidak sah sebagai *internet domain names* dan memiliki situs di internet (*cybersquattor*). Tentu saja tindakan

⁴ Dian Safitri, *Perlindungan Hak Cipta Atas Tampilan Website Di Internet*, FH Unair, Surabaya, 2000, h. 7-8

⁵ Hartadi, *Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, FH Unair, Surabaya, 2000, h. 8

seperti ini memicu timbulnya sengketa hukum. Dalam *One Million Case*,⁶ tergugat (*cybersquattor*) mencoba menjual *domain names bergerking.com* sebesar \$ 125.000 kepada perusahaan BERGERKING sebagai pemilik merek yang sah. Beberapa merek terkenal (*wellknown trademark*), seperti, *windows.com; mc.donald.com; panavision.com*, *domain namesnya* terdaftar oleh pihak lain diluar pemilik merek yang sah.

2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang sebagaimana dikemukakan diatas, permasalahan penelitian adalah :

1. Bagaimana praktek transaksi *e – commerce* dan perolehan *internet domain names*?
2. Apakah penggunaan merek pihak lain sebagai *internet domain names* merupakan pelanggaran merek ?

⁶ Kenny Wiston, "Famous and Wellknown Trademark Domain Names in Cyberspace" *Journal Hukum Bisnis Volume 9*, 1999, h-72

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Perlindungan hukum dalam hal ini dimaksudkan sebagai perlindungan hak-hak dasar bagi rakyat, yang telah didistribusikan dan di delegasikan pada berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mencerminkan Pancasila dan UUD 45 sebagai cita-cita hukum (*rechts idea*) Bangsa Indonesia.⁷

Merek diartikan sebagai “Tanda yang berupa gambar, nama, kata-kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan dan digunakan dalam perdagangan barang dan jasa (Pasal 1 Sub 1 UU No. 15 / 2001). Hal ini senada dengan ketentuan Pasal 15 Persetujuan TRIP’s yang menentukan bahwa merek adalah :

Any sign or combination of signs that capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark . Such sign in particular words including personal names, letters, numerals, figurative elements and combinations of colours as well as any combinations of such sign shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not in herently capable of disnguishing the relevant goods or services, members may make registrability depend on distinctiveness acquired through use.

Hak atas merek diartikan sebagai “hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk selama jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau

⁷ Philips. M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat*, Cet 1, Bina Ilmu, Surabaya, 1984, h. 1

memberi izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Pasal 2 UU No. 15/1997) sedangkan 16 Persetujuan TRIP's menentukan bahwa :

The owner of a registered trademark shall have the exclusive right to prevent al lthird parties not having the owner's consent from using in the course of trade identical or similar signs for good or services which are identical or similar to those in respect of which the trademark is registered where such use would result in alikelihood of confusion. In case of the use of an identical signs for identical goods or services, alikelihood of confusion shall be presumed. The right described above shall not prejudice any existing prior rights, nor shall they affect the possibility of members making rights on the basis of use.

Hal yang terpenting bagi suatu merek adalah setiap tanda yang digunakan sebagai merek yang memiliki kemampuan untuk membedakan (*capable of distinguishing*) atau memiliki daya penentu (*individualisering*) barang dan atau jasa yang satu dengan barang dan atau jasa yang lainnya. Persyaratan daya pembeda (*distinctiveness*) merupakan persyaratan materiil agar supaya suatu tanda dapat didaftarkan sebagai merek. Di Indonesia persyaratan materiil merek terdapat dalam Pasal 4, Pasal 5 dan Pasal 6 UU No. 15 / 2001.

Hak atas mereka diberikan kepada pendaftar yang beritikad baik (Pasal 4). Merek tidak dapat didaftarkan jika mengandung unsur bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum. Merek juga tidak dapat didaftarkan jika tidak memiliki daya pembeda atau daya pembedanya lemah, misalnya terdiri dari satu titik atau satu garis saja. Tanda yang sudah menjadi milik umum juga tidak dapat dipakai sebagai merek, sebagai contoh tanda lalu lintas,

lambang Garuda Pancasila, dll. Tidak pula dapat didaftarkan sebagai merek, tanda yang merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang dan atau jasa yang dimintakan pendaftaran, contohnya, kata Super dan Kopi, untuk produk berupa kopi. (Pasal 5 UU No. 15/2001).

Selanjutnya Pasal 6 UU No. 15/2001 menentukan bahwa : merek juga akan ditolak pendaftarannya jika mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan :

- a) Merek pihak lain yang telah terdaftar lebih dahulu
- b) Merek terkenal pihak lain
- c) Indikasi geografis yang telah terdaftar.

untuk barang dan atau jasa yang sejenis .

Penolakan juga akan dilakukan oleh kantor mereka, jika merek yang didaftar menyerupai nama orang terkenal, foto, dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali jika ada izin dari pihak yang berhak. Nama, bendera, lambang negara, cap dan stempel resmi lembaga negara atau pun pemerintah, maupun lembaga internasional tidak dapat dipakai sebagai merek, kecuali ada persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.⁸

Internet sebagai kepanjangan *interconnection networking* merupakan hubungan antar jaringan komputer. Internet diseluruh dunia pada umumnya menggunakan basis protokol *Transmission Control Protocol (TCP), Internet Protocol (IP)*.⁹ Jadi internet sebagai *a network* telah mendorong berbagai

⁸ Rahmi Jened, *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, Yuridika, Surabaya.

⁹ Khoe Yoe Tung, *Penusaran dan Bisnis di Internet*, Elex Komputindo, Jakarta, 1996, h.2.

model bisnis internet saat ini. Badan Riset *Goldman Sach* telah menyusun model-model bisnis internet tersebut dan mengelompokkannya menjadi :

- a) *Commerce* (penyedia jasa transaksi)
- b) *Connectivity* (penyedia jasa internet)
- c) *Context* (penyedia jasa informasi)
- d) *Content* (penyedia jasa publishing)
- e) *Communication* (penyedia jasa komunikasi)
- f) *Community* (penyedia jasa diskusi)

Selain itu internet memiliki beberapa fungsi yakni :¹⁰

- a. *Communication*
yaitu mengumpulkan dan menerima pesan yang biasanya dilakukan dengan menggunakan *e-mail*
- b. *Resources Sharing*.
Memungkinkan orang mengakses *software* (program komputer) dan data dari ribuan titik distribusi diseluruh dunia.
- c. *Resources discovery*
Memungkinkan orang untuk mencari indeks dari jutaan *literature* dan bahan bacaan yang *on line*.
- d. *Community*
Pengguna internet secara otomatis menjadi komunitas pengguna internet dan memungkinkan terjadinya pertukaran dan penyebaran informasi, diskusi maupun perdagangan dls.

Definisi *e-commerce* sendiri terhitung luas, selain merupakan segala bentuk penjualan/ pembelian yang dilakukan lewat internet, umumnya *e-commerce* dapat diartikan sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui tukar menukar informasi transmisi data yang dihasilkan, disimpan, dan dikomunikasikan dengan menggunakan sarana elektronik, optik atau analognya, termasuk *Electronic Data Interchange* (EDI), *e-mail*, *faxcimile* dls¹¹.

¹⁰ Dian Safitri, *Op. Cit.*, h 12

¹¹ Peter Mahmud Mz, "Aspek Hukum E-Commerce, Diskusi Hukum Perlindungan Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce, FH Unair, Surabaya, 8 Desember 1999, h.1.

Dalam kegiatan *e-commerce*, salah satu ketentuan yang dapat dijadikan acuan adalah *UNCITRAL Model law on Electronic Commerce* (1996) yang dalam salah satu pasalnya menentukan : “*This law applies to any kind of information in the form of a data message used in the context of commercial activity*”.Selanjutnya istilah “*commercial*” harus diartikan dan ditasirkan secara luas seperti kegiatan yang timbul dari hubungan yang memiliki nilai komersial, baik yang timbul melalui hubungan kontraktual atau tidak. Transaksi tersebut antara lain meliputi :¹²

- a) Setiap transaksi perdagangan untuk memasok atau saling tukar menukar barang atau jasa.
- b) Perjanjian distribusi (*distribution agreement*)
- c) Perjanjian pemberian kuasa yang bersifat komersial atau perjanjian keagenan (*commercial representation or agency*).
- d) Perjanjian anjak piutang (*factoring*)
- e) Perjanjian sewa guna usaha (*leasing*)
- f) Konstruksi kerja (*construction of works*)
- g) Konsultasi (*consulting*)
- h) Teknologi (*engineering*)
- i) Perjanjian lisensi (*licensing*)
- j) Penanaman modal (*investment*)
- k) Pembiayaan (*financial*)
- l) Perbankan (*banking*)
- m) Asuransi (*insurance*)
- n) Perjanjian konsesi atau eksploitasi (*exploration agreement or consension*)
- o) Perjanjian joint venture, bentuk-bentuk lain dari kerjasama bisnis (*joint venture*)

Data message diartikan sebagai “*Information generated, sent, received or stored by electronic, optical or similar means including, but not limited to, electronic data interchange (EDI)¹³, electronic mail, telecopy*”.

¹² *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce*

¹³ EDI adalah peralihan informasi elektronik dari suatu komputer ke komputer lainnya dengan suatu standar yang telah disepakati untuk membentuk suatu informasi.

World names sebagai *the Internet Naming System*¹⁴ yang mencakup¹⁵ :

a) *Top Level Domain Names* (TLD) sebagai tingkat tertinggi.

- Contoh :
- au untuk Australia
 - us untuk United States
 - jp untuk Japan

b) *Second Level Domain Names* (SLD) sebagai tingkat kedua

- Contoh :
- com.au., untuk perusahaan komersial di Australia
 - edu.au., untuk informasi pendidikan di Australia
 - gov.au., untuk informasi pemerintahan di Australia.

c) *Generic Top Level Domains* (g TLDs)

- Contoh :
- com., untuk commercial
 - edu., untuk education
 - org., untuk organization

Tata cara pembayaran di Internet dibedakan antara pembayaran *off line* dan *on line*. Transaksi pembayaran secara *off-line* antara lain :

a. *Cash On Delivery (COD)*

Konsumen melakukan pembayaran sejumlah dana tepat pada saat menerima kiriman barang yang telah dibelinya dari *virtual shop* pembeli.

b. *Transfer*

Konsumen melakukan pembayaran dengan mengirimkan sejumlah dana ke nomor rekening yang tertera di dalam formulir pembayaran yang telah disediakan oleh penjual. Pengiriman barang dilakukan setelah pembayaran diterima penjual.

¹⁴ WIPO, "Consultative Meeting on Trademarks and Internet Domain Names", Geneva, 1997, h.14.

¹⁵ Michael Small, "Internet Domain Names", *ToT of IPR*, UTS, Sydney, September – Desember 1997.

Transaksi pembayaran secara *on-line* di internet semuanya dilakukan secara *digital* dan dirancang untuk ditangani secara elektronik dari mulai pembelian, otorisasi, pemeriksaan dan pengiriman barang. Dengan kata lain segala sesuatunya diubah menjadi *bit*, selain itu pembayaran dilakukan dengan menggunakan komputer pribadi dan *web server* pemilik toko atau *mall* yang telah *on-line*.¹⁶ Sistem pembayaran *on line* mencakup :¹⁷

a) Kartu Kredit

Dalam transaksi kartu kredit tradisional, konsumen menyerahkan kartunya kepada penjual pada toko atau *mall*. Penjual melakukan *verifikasi* ke bank menyangkut validitas kartu, tanda tangan pemegang/pemilik kartu, dan pemeriksaan rekor transaksi; membuat slip pembayaran untuk konsumen dengan menggesek kartu kredit tersebut pada alat yang disebut *imprinter*; menggunakan slip pembelian tersebut untuk mengumpulkan pembayaran dari bank. Dalam fase penagihan selanjutnya, konsumen menerima *statemen* dari bank dengan rekor transaksi pembeli, sebab antara pembeli sebagai pemilik/pemegang kartu dengan penjual adalah pihak yang tidak bertemu secara langsung.

Pemrosesan kartu kredit dapat ditangani secara *on-line* dengan dua cara, yang pertama mengirimkan nomor kartu kredit yang tidak di "*enkripsi*" (pengacakan data) melalui internet dan cara berikutnya dengan mengenkripsi data kartu kredit yang ditransmisikan sebelum suatu transaksi terjadi. Mengenkripsi transaksi kartu kredit dapat juga dibedakan berdasarkan apa yang dienkripsikan, maka pedagang harus melakukan proses sebaliknya yaitu mendeskripsikan rincian order untuk menyelesaikan proses pembelian.

Saat ini dikembangkan protokol SET (*Secure Electronic Transaction*) yang diprakarsai oleh dua perusahaan kartu kredit terbesar di dunia yaitu Visa dan Master Card. Standar yang kedua adalah JEPI (*Joint Electronic Payments Initiative*) yang diarahkan oleh *CommerceNet*.

b) Cek Elektronik

¹⁶ Hartadi, *Loc. Cit*

¹⁷ Dody Rachmansyah, "Proses Transaksi Pembayaran Melalui Credit Card", Seminar dan Pelatihan Bagi Para Konsumen & *Merchant* JATIMMALL, Surabaya, 2 November 1999.

Cek elektronik dapat diberikan baik dengan transmisi melalui jaringan, atau dengan *e-mail*. Dan disisi lain saluran bank yang telah ada dapat menyelesaikan pembayaran melalui jaringan tersebut. Cara demikian dapat terjadi dengan mengintegrasikan infrastruktur perbankan yang telah ada melalui internet, dalam dunia nyata lebih dikenal dengan sebutan *Cyberbanking*, dan ini hanya dapat dilakukan oleh nasabah dimana bank-nya memiliki fasilitas *internet banking*.

c) Metode Pembayaran Micropayment

Adalah pembayaran yang kecil-kecil atau istilah sederhananya pembayaran untuk uang "recehan". Salah satu mekanisme pembayaran *on-line* di internet bagi pembayaran-pembayaran mikro (receh) tadi, adalah *e-cash (electronic cash)* dengan cara mengekivalenkan sejumlah uang dengan nilai tertentu secara *digital* untuk melakukan jual-beli secara elektronik. *Electronic Cash* adalah aplikasi *e-commerce* untuk melakukan transaksi jual-beli secara elektronik dengan sejumlah kecil uang secara *real time* di internet.

Untuk menggunakan *e-cash*, konsumen harus mengangkut-*download* perangkat lunak gratis dari *Digicash*, yang disebut *e-wallet*. Dengan *wallet* yang sama tersebut konsumen dapat melakukan pembayaran. *Digicash* adalah perusahaan yang mengembangkan sistem uang elektronik. *E-cash*, mata uang tidak lebih dari rangkaian *string digital*. Bank yang akan menerbitkan *string digital* ini akan menerbitkan rekening kita dengan jumlah yang sama dengan nilai mata uang yang diterbitkan (*token*); memvalidasikan setiap *token* dengan semacam cap digital sebelum ditransmisikan ke komputer kita. Bila ingin membelanjakan sejumlah *e-cash*, maka tinggal mengirimkan sejumlah *token* tersebut ke pedagang, selanjutnya pedagang akan meneruskan jumlah yang dibayarkan tersebut ke bank untuk verifikasi dan *redemption*.

Untuk menjamin kalau setiap *token* hanya digunakan satu kali saja, bank akan merekam nomor seri dari setiap *token* yang telah digunakan sebagai pembayaran. Jika nomor seri *token* telah direkam di dalam *database*, bank akan dapat mendeteksi bahwa seseorang mencoba membayarkan *token* lebih dari satu kali. Jika hal tersebut terjadi, maka bank akan menginformasikan ke pedagang bahwa *token* tersebut tidak berlaku. (Artinya pembayarannya ditolak).

Sebenarnya, proses otentikasi terhadap *e-cash* tidak dilakukan oleh bank pedagang, namun bank pedagang melalui jaringan perbankan akan melakukan otentikasi ke bank konsumen dan memberitahu kepada pedagang hasil otentikasi *e-cash* yang diserahkan tadi. Jika nomor seri *e-cash* tersebut belum ada dalam daftar nomor seri uang yang telah diterima bank sebelumnya, maka koin elektronik tersebut

dianggap sah. Bank konsumen dapat mengkredit nomor rekening bank milik pedagang.¹⁹

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

¹⁹ "Digicash – Ecash", *Komputek*, no 168 Minggu ke – 1, Juni 2000, h. 22

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui praktek transaksi *e-commerce* dan penggunaan merek sebagai *internet domain names*. Berdasarkan hal tersebut, akan dapat diketahui pelaksanaan perlindungan merek dalam transaksi *e-commerce*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini sebagai bagian dari kegiatan belajar mengajar, akan sangat bermanfaat untuk menambah wacanan ilmu pengetahuan, khususnya, bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Hukum Kontrak.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan (*in put*) bagi perumus kebijakan (*policy and decision maker*) dalam upayanya untuk membentuk RUU teknologi informasi. Masukan (*in put*) bagi *Internet Service Provide* (ISP), para pengguna internet (*netter*) baik dari kalangan pengusaha maupun *customer* akan perlindungan merek dan aktivitas *e-commerce*.

BAB IV

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat *juridis sosialogis*. Data yang digunakan sebagai acuan adalah data primer dalam data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan responden dan penemuan di lapangan. Data sekunder berasal dari kepustakaan, termasuk hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan.

Lokasi penelitian adalah kota Surabaya dan Jakarta. Populasi adalah *Internet Service Provider (ISP)* dan sebagai sampel adalah *D-Net* dan *jatim mall.com*. Responden adalah para *netter* (pengguna internet) dan beberapa pengusaha yang tergabung dalam *jatim mall.com*.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan dan mewawancarai beberapa responden secara bebas. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi literatur. Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Praktek Transaksi *E-Commerce* dan Perolehan *Internet Domain*

Names

Seseorang yang akan melakukan aktivitas untuk mengakses internet memerlukan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*); modem,²⁰ jaringan *telephone* dan dalam beberapa hal, yang bersangkutan harus mendaftarkan diri ke *Internet Service Provider* (ISP). Setiap mesin komputer yang berpartisipasi disebut *node*.²¹ Tempat dimana pemakaian jaringan berada disebut terminal yang bisa berupa .²²

- a). *Terminal server* yaitu monitor dan sebuah *keyboard* yang melakukan aktivitas di *host*.
- b). *Work Station*
memiliki tampilan grafik dan memungkinkan pemakai melakukan beberapa pekerjaan sekaligus serta melakukan emulasi ke sebuah *host* langsung lewat modium kabel tanpa melalui terminal server
- c). *Personal Computer*
yakni sistem *operasi single used* dengan menjalankan perangkat lunak tertentu melalui *emulasi* ke *host*.

Ketiganya dapat melakukan hubungan ke *client server* dan semua jaringan tersebut dapat saling berkomunikasi dengan aturan umum yang disebut *protocal*.

²⁰ berfungsi sebagai pembawa sinyal dari tempat asal ke tempat tujuan dengan suatu gelombang frekuensi tinggi dan relatif untuk hubungan jauh. Sedangkan untuk hubungan medium komunikasi digunakan kabel untuk jenis *Local Area Network* atau saluran *telephone*, gelombang elektromagnetik serta satelit untuk *Wide Area Network*.

²¹Daniel H. Purwadi, *Loc. Cit*

Transaksi jual beli secara elektronik melalui internet terhadap barang (*tangible product*) atau jasa (*intangible product*) dibedakan atas beberapa bentuk, yakni, *Business-to-Business*, *Business-to-Consumers*, *Consumers-to-Consumer* sebagaimana tersebut di bawah ini :²²

a) *business to business model*

Merupakan hubungan transaksi antara *merchant* (perusahaan/pedagang) dengan *merchant* (perusahaan/pedagang) dan pada umumnya dalam suatu rangkaian distribusi. Model bisnis ini merupakan yang terbesar diantara model *e-commerce* yang lainnya dan dapat menghubungkan semua aktifitas bisnis dengan bisnis lainnya, tidak peduli dimana ia berada atau posisinya. Fasilitas yang disediakan internet memberikan sarana bagi perusahaan untuk berhubungan dengan para pemasoknya dan karena kemampuannya ini, dapat menghapuskan peranan *broker* atau *wholesaler* (perantara).

Secara keseluruhan model bisnis ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Biasanya dilakukan oleh mitra dagang yang sudah memiliki hubungan cukup lama dan informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut.
- Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, dengan format data yang sudah disepakati bersama.
- Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, jadi tidak harus menunggu partnernya.

b) *business to consumers model*

Merupakan hubungan antara *merchant* dengan para konsumennya. Pada model ini, memungkinkan penjual produk barang dan jasa bertransaksi dengan para konsumen/pembelinya secara *on line*. Ciri-ciri yang terdapat pada model bisnis ini antara lain :

- Terbuka untuk umum; informasi dan layanan yang diberikan bersifat umum dengan mekanisme yang biasa digunakan khayalak ramai dengan basis *web*.
- Layanan diberikan berdasarkan permintaan (*on demand*). Konsumen melakukan inisiatif dan produsen memberikan tanggapan.
- Pendekatan *client/server* sering digunakan dengan asumsi *client* (konsumen) dan produsen disisi server

²² Hartadi, *Op. Cit.*, h. 42-48

Situs yang bergerak dalam bisnis model ini, misalnya ***jatimall.com*** sebagai salah satu *Commercial Service Provider* di Indonesia, yang merupakan kumpulan dari banyak *cybershop* dan telah terintegrasi; ***indokado.com***, sebuah *virtual shop* yang memberikan fasilitas pembelian bunga dan kado untuk pengguna internet berbahasa Indonesia; ***sanur.com*** sebagai perintis jual beli buku secara *on-line* di Indonesia, ***indonesian-product.com*** merupakan *Commercial Service Provider* di Indonesia.

c) *Consumer to Consumers Model*

Merupakan hubungan antara konsumen ke konsumen. Dalam hal ini internet lebih banyak dijadikan sebagai media untuk melakukan promosi atas produk milik penjual saja (iklan), dan jika pembeli berminat untuk membeli barang/jasa yang ditawarkan, maka ia akan menghubungi penjual yang bisa dilakukan lewat *e-mail*. Transaksinya dilakukan secara *off line*. Terhadap model transaksi ini pihak pengelola situs hanya sebagai penyedia arena atau tempat *virtual showroom* saja dan para pihak tersebut tidak ada keterikatan terhadap pengelola situs ini karena pengelola situs tersebut memang tidak mendapatkan prosentase dari hasil transaksi tetapi mendapatkan pemasukan dari perusahaan yang mempromosikan situsnya lewat iklan/*banner advertising* yang ditayangkan. ***bekas.com*** sebagai perintis jual-beli barang-barang bekas, ***idaman.com*** merupakan situs penyedia informasi mengenai penjualan *property*, ***iklanbaris.com*** sebagai penyedia informasi mengenai iklan penawaran atas barang/jasa, ***gado-gado.net*** merupakan situs lelang barang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua transaksi dalam model perdagangan elektronik hampir sama, yang membedakan dari setiap model tersebut adalah *segmen* marketnya. Oleh karena itu penentuan model dapat dijadikan sebagai penentuan *target market* dan menentukan *positioning* seorang *merchant* yang ingin terjun dalam transaksi di dunia nyata.²³ Proses jual-beli *via* internet tidaklah jauh berbeda dengan proses jual-beli secara

²³ Kresnayana Yahya, "Investasi Dalam E-Commerce", Seminar JACEX_'99, Surabaya, 23 September 1999 (lihat juga). Kresnayana Yahya, "E-Commerce Suatu Perangkat Dagang Baru", Seminar dan Pelatihan bagi Para Konsumen & Merchant JATIMALL, Surabaya 2 November 1999.

konvensional/biasa, yang menjadi pembeda utama adalah internet sebagai media transaksinya, sehingga menyebabkan transaksi yang dilakukan merupakan transaksi tanpa kehadiran para pelaku di satu tempat .

Jika seseorang akan berbelanja di sebuah *webstore*, maka secara garis besar dapat digambarkan, dia cuma perlu *dial up* nomor akses ISP-nya, melakukan penelusuran informasi mengenai barang yang diinginkan di *cybermall* dengan *search engine* (program pencari) atau katalog elektronik. Pada katalog tersebut tertera mengenai harga, kualifikasi barang, *stock* yang tersedia, bahkan terkadang besar *discount* yang ditawarkan oleh *merchant* atas barang tersebut. Pembeli yang hendak memilih belanjaan yang akan dibeli bisa menggunakan *shopping cart* (keranjang belanja) untuk menyimpan data tentang barang-barang yang telah dipilih dan akan dibayar. Konsep *shopping cart* ini meniru kereta belanja yang biasanya digunakan untuk berbelanja di pasar swalayan. *Shopping cart* biasanya berupa formulir dalam *web*.²⁴ Barang-barang yang sudah dimasukkan ke *shopping cart* masih bisa *di-cancel*, jika pembeli berniat untuk membatalkan membeli barang tersebut.

Jika pembeli ingin membayar barang yang telah dipilih, ia harus mengisi formulir permintaan (*order form*). Biasanya *form* ini menanyakan identitas pembeli serta nomor kartu kredit (pada umumnya kartu kredit). Mengingat informasi ini bisa disalahgunakan jika jatuh ke tangan yang salah, maka pihak ISP mengusahakan agar pengiriman data tersebut berjalan secara

²⁴ Onno W. Purbo, "Proses Transaksi di Internet", Seminar Pengembangan E-Commerce Sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia, Hotel Garden Palace, Surabaya 30 Maret 2000. (selanjutnya disingkat Onno W. Purbo I.)

aman, dengan menggunakan *standar security* tertentu. Selanjutnya klik tombol *submit/buy*, maka dalam beberapa menit saja dia telah melakukan proses pembelian barang melalui internet. Setelah pembeli mengadakan transaksi, *merchant* akan mengirimkan barang yang dipesan melalui jasa pengiriman yang telah dikirim melalui internet.

Pada *cybermall* di *jatimmall* (Jawa Timur Mall), jika ingin membeli barang/produk, maka terlebih dahulu seorang konsumen harus terdaftar sebagai anggota. Untuk mendaftar kita memilih menu "Area Konsumen", selanjutnya mengisi data pribadi pada formulir pendaftaran calon konsumen, termasuk pengisian *username* dan *password* yang akan selalu ditanyakan bila ingin belanja atau mengedit data keanggotaan, berikutnya tekan tombol *submit* untuk melanjutkan. Setelah pendaftaran selesai, konsumen akan memasuki beranda *jatimmall*.

Bila ingin berbelanja/membeli produk, maka harus diperhatikan kolom "Stand Belanja". Pada kolom ini ditampilkan beberapa kategori produk, seperti Agrobis yang menjual buah-buahan, tanaman hias; Galeri Seni berisikan daftar koleksi, *handycraft*, perhiasan, kulit *marble*, *wood*, barang antik, Automotif berisikan daftar aksesoris mobil, Kesehatan memuat daftar obat-obatan dan kosmetik, Elektronika memuat daftar audio/video, komputer, *handpone* dan Perlengkapan memuat daftar buku-buku, rumah tangga, kantor.²⁵ Jika menginginkan salah satu dari item tersebut maka tinggal "klik" itemnya, setelah itu konsumen akan disuguhkan pada beberapa toko yang

²⁵ Dody Rachmansyah, "Praktek Shopping di Jatimmall", Seminar dan Pelatihan Bagi Para Konsumen & Merchant JATIMMALL, Surabaya, 2 November 1999

terdaftar dalam stand belanja yang dipilihnya. Setelah memilih toko yang diinginkan, konsumen akan masuk ke dalam toko tersebut. Pada halaman *web* ini, konsumen dapat memilih kategori produk yang ditawarkan oleh toko itu atau jika konsumen masih ragu-ragu mengenai keberadaan *virtual showroom* ini, maka ia dapat membaca informasi mengenai detail tokonya, hal ini akan selalu ditemui pada setiap *virtual showroom* yang terdaftar di Jatimmall.

Setelah memilih kategori produk yang ditawarkan oleh toko tersebut, maka akan muncul *list*/daftar produk sesuai dengan kategori produk yang telah dipilih. Jika ingin mengetahui lebih detail produk yang dipilih, maka tinggal tekan salah satu daftar yang ada, selanjutnya akan muncul keterangan detail produk yang berisi gambar produk itu sendiri dan penjelasan produk yaitu mengenai nama produk, kategori produk, *type* produk, ukurannya (berat, tinggi, lebar, dll), jumlah *stock* yang tersedia, *discount* yang diberikan, dan harganya. Apabila sudah yakin dengan pilihannya dan mengisi jumlah pesanan yang diinginkan pada stand “keranjang belanja” yang berisi produk yang telah dipilih sebelumnya, maka proses belanja dapat dilanjutkan dengan memasukkan *User name* dan *Password*. Pada stand ini, jika ingin membatalkan belanja, maka tinggal klik tombol “hapus”.

Proses berikutnya akan muncul pilihan alamat pengiriman untuk barang yang dibeli. Apabila menginginkan alamat pengiriman yang berbeda atau berada di luar Indonesia maka dapat mengisi *form* yang sudah disediakan. Berikutnya adalah tahap “Pemilihan Biaya Pengiriman dan Konfirmasi

Belanja”, sementara ini perusahaan pengiriman yang terdaftar dalam proses pengiriman adalah PT. Pos Indonesia.

Selanjutnya, konsumen masuk ke halaman pembayaran, dalam *e-commerce transaction* dikenal dengan istilah “*checkout stand*” atau kasir elektronik. Halaman pembayaran ini merupakan halaman konfirmasi kartu kredit, karena memang hanya kartu kredit yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran untuk berbelanja di situs ini. Dalam *form* ini konsumen diminta untuk menentukan jenis kartu kredit yang digunakan dan mengisi informasi kartu kreditnya (nomor kartu, nama pemegang, *expiration date*)²⁶. Halaman mengenai data kartu kredit ini secara otomatis masuk ke *server jatimmall*, yang mempunyai otoritas untuk keamanan suatu transaksi di internet dan jalur pengiriman datanya menggunakan teknologi *enkripsi SSL (Secure Socket Layer)*. Kemudian “klik” tombol *Submit* untuk meneruskan proses autentikasinya. Data kartu kredit yang sudah dimasukkan, secara langsung akan diteruskan ke *server Issuer Card* (bank penerbit) yang mempunyai otoritas untuk menentukan kartu kredit tersebut *valid* atau tidak. Jalur yang digunakan untuk proses pengiriman data dari *jatimmall* ke *Issuer Card* juga menggunakan *SSL*. Hasilnya informasi *valid* atau tidaknya kartu kredit tersebut, akan segera diteruskan ke *server jatimmall* oleh *Issuer*, disertai dengan alasan bila kartu kredit tersebut tidak *valid*. Selanjutnya *jatimmall* meneruskan informasi tersebut ke konsumen, sehingga konsumen dapat meneruskan proses belanjanya.

²⁶ Dody Rachmansyah, “Proses Transaksi Pembayaran Melalui Credit Card”, Seminar dan Pelatihan Bagi Para Konsumen & Merchant JATIMMALL, Surabaya, 2 November 1999.

Suatu perusahaan atau seorang *entrepreneur* yang bermaksud mengakses internet harus berlangganan pada salah satu *Internet Service Provider* (ISP). Tiap-tiap ISP memiliki spesifikasi yang berbeda dengan kelebihan dan kekurangannya. Fungsi ISP saat ini dapat ditingkatkan menjadi *Applicarion Service Provider* (ASP) yang dapat melayani antara lain, pembuatan *web site*, pembuatan dan menjadi *mediator* pendaftaran *domain names* serta fasilitas *serch engine*.

Ada portal yang menyediakan layanan secara gratis untuk pembuatan *web site*, termasuk *domain names*, seperti, ***ip.com***; Ada pula yang menarik biaya, misalnya INDONET menarik Rp. 2 juta per tahun untuk *web site* ukuran 5 MB termasuk fasilitas *serch engine*²⁷. Pembuatan *website* relatif sangat mudah karena pihak ISP atau ASP tidak meminta persyaratan yang detail. Jika perorangan cukup nama, sedangkan untuk perusahaan diwajibkan menyertakan NPWP, selain pembayaran sejumlah uang. Memang ada semacam kontrak yang sebenarnya merupakan *applicalion letter* untuk *log in*, tetapi dalam kontrak tersebut ada klausula *exoneratie* (pembatasan) yang menyatakan pihak ISP atau ASP tidak bertanggung jawab atas isi (*content*) dari *website* termasuk *domain names* yang didaftarkan. Sebaliknya juga tidak bertanggung jawab terhadap tindakan pihak ketiga yang merugikan atau merusak pemilik dan *website* yang difasilitasinya.

²⁷ wawancara dengan Saudara Hartadi, S.H., seorang profesional muda, praktisi dan pengamat bisnis internet, Surabaya, 21 Januari 2001.

Untuk mendapatkan *website* atau *domain names* di internet, secara luas telah dikenal internet (*Internet Network Information Centre - InterNIC*)²⁸. Prinsip yang digunakan adalah "*First Come First Served*". Pendaftaran *domain names* dilakukan dengan mengisi formulir *netinfo/domaintemplate.axt.*, kemudian formulir tersebut bisa dikirim kembali lewat *e-mail* ke *hosmaster @ rs. Internic.net*. *InterNic* sebagai suatu lembaga *Central Internet Registry* (IR) bekerjasama dan berkonsultasi dengan *The Internet Assigned Authority* (IANA). IANA bertanggung jawab untuk melakukan koordinasi dan pengaturan *internet domain names* dan utamanya penyelesaian porsi dari *top-lever domain name*²⁸

Di Indonesia, IDNIC yang ditunjuk dan diakreditasi oleh IANA sebagai manajer *ID country Code Top Level Domain Names* yang dipimpin oleh Bapak Budi Rahardjo, IDNIC harus patuh pada ketentuan yang telah digariskan oleh IANA/INTERNIC

2) Penggunaan Merek Sebagai *Internet Domain Names*

Internet ibarat kota elektronik yang besar, setiap penduduknya memiliki alamat (*e-mail*) *address* yang dapat digunakan untuk berkirim surat. Alamat atau *addres* yang paling populer adalah *World Wide Web (www)* dengan *Hyper Text Transfer Protocol (http)* sebagai salah satu protokol atau aturan untuk berkomunikasi. Jaringan jalannya bertumpu pada sarana

²⁸ InterNIC adalah proyek lima tahunan yang didukung *NetWork Science Foundation (NSF)* untuk menyediakan pelayanan jaringan kepada seluruh masyarakat jaringan. Inter NIC mulai beroperasi pada tahun 1973 dengan kerjasama tiga organisasi *General Atomies, AT & T dan Network Solution Inc.* Daniel H. Purwadi, *Op. Cit.*, h.11-33

telekomunikasi. Jalur hambatannya menggunakan *modem* dan jalur telepon sedang jalur cepatnya *network (ISDN)*- Pasopati atau *frame relay* Sedangkan jalan tolnya disediakan oleh *provider*. Sedangkan internet *domain names* adalah suatu bagian dari *address*, dimana pengguna dapat memakai media internet dan terhubung dengan nomor *Internet Protocol (IP)*. Suatu nomor *internet protocol* adalah suatu nomor unik yang terdiri dari angka-angka, seperti 192-91-247-53.²⁹ *Internet Domain Names* disusun berdasarkan hirarki yakni, *The Top Level Domain Names (TLD)*; *The Second Level Domain Names (SLD)* sebagaimana telah disebutkan pada Bab II di atas, selain itu WIPO mengembangkan *TLD* seperti : *form, shop, web, art* dll

Pendaftaran *Internet Domain Names* didasarkan pada prinsip '*First come, first served*'. Prinsip ini memicu tindakan pelanggaran sebagai berikut:

- a. kasus pendaftaran merek terkenal (*welknown trademark*) oleh pihak lain secara tidak sah dengan maksud untuk menjualnya dengan harga yang tinggi kepada pemilik merek yang sebenarnya.
- b. Penggunaan *domain names* merek terkenal untuk produk yang tidak terkait dengan produk merek yang sesungguhnya. Dalam hal ini termasuk tindakan berupa praktek penyerobotan merek pihak lain secara tidak sah sebagai *internet domain names* dengan maksud untuk menjual produk yang sama, tetapi sesungguhnya tidak asli (*imitation products* atau *counterfeit goods*);

²⁹ Michael Small, *Internet Domain Names, ToT of IPR*, Sydney, Australia September-Desember 1997,

- c. Penggunaan *domain names* sebagai situs atau *homepage*. Dalam hal ini termasuk tindakan mendaftarkan merek pihak lain secara tidak sah untuk sekedar menutup pesaingnya sebagai pemilik merek yang sebenarnya memperoleh *internet domain names* dan menawarkan produknya secara *on line*; atau penggunaan *domain names* untuk periklanan

Contoh:

UNIVELER tidak memasukkan produk TETLEY TEA di internet, sehingga pihak kompetitor dapat mengambil alih merek TETLEY TEA untuk kepentingannya.

- d. Tidak memperhatikan type (jenis) dari TLD atau SLD dari lokasi bisnis.

Contoh :

Univeler. edu (padahal UNIVELER perusahaan komersial)

- e. Penggunaan yang salah dari *www. colour* atau *icon*.

Contoh

Suatu firma hukum Jerman menggunakan situs www.epo, padahal EPO adalah *European Patent Office* (Kantor Paten Eropa) jika seseorang membuka situs tersebut, maka yang bersangkutan akan masuk ke firma hukum bukan EPO.

Bentuk pelanggaran *internet domain names* sebagaimana tersebut huruf (a); (d); dan (e) bukan merupakan pelanggaran merek Sedangkan pelanggaran huruf (b) dan (c) dengan sendirinya menjadi pelanggaran merek yang dapat diselesaikan melalui aturan hukum merek sebagaimana tertuang dalam UU Merek yang di Indonesia diatur dalam UUNo. 15/2001. UU

Merek menyediakan upaya pemulihan yang berupa gugatan perdata, tuntutan pidana ataupun alternatif penyelesaian sengketa (*alternative disputes resolution-ADR*).

Internet domain names sebenarnya hampir sama seperti merek, hanya saja *domain names* mengidentifikasi perusahaan atau produknya di internet. Sedangkan merek adalah tanda yang memiliki daya pembeda (*sign that capable of distinguishing*) tujuannya untuk mengidentifikasikan asal produk (barang dan jasa) yang diperdagangkan. Selain itu merek adalah jaminan atas kualitas barang (*a guarantee of quality*). Hal ini bertujuan untuk melindungi pengusaha produsen penghasil barang dan jasa dari tindak persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain, sekaligus untuk menjaga agar konsumen dapat dilindungi dan tidak dirugikan karena mengira produk sebagai produk asli (*genuine products*). Merek juga sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising devices*) yang dapat memberikan informasi tertentu kepada konsumen mengenai produk barang atau jasa yang dihasilkan. Sedangkan nama perusahaan (*company name*) mengidentifikasikan perusahaan.

Domain names sama seperti merek karena orang bisa membeli produk (barang atau jasa) di internet. *Domain names* seperti merek yang menciptakan suatu ekspektasi tentang identitas seseorang, sebuah perusahaan atau asal produk barang dan atau jasa yang bersangkutan. Masalahnya jika hukum merek melingkupi suatu negara atau bersifat teritorial, sementara hukum *domain names* bersifat jelajah dunia (*world*

wide). sehingga dalam beberapa hal hukum merek tidak dapat mengatasi masalah *domain names*.

Dalam hal upaya mengatasi pelanggaran, dapat dilakukan upaya pencegahan (*preventive*) maupun pemulihan (*repressive*). Upaya *preventive* dapat dilakukan dengan bantuan pihak yang melakukan pendaftaran *internet domain names*, seperti, **InterNIC** dan **IANA** atau jika di Indonesia diprakarsai oleh **IDNIC** dengan dukungan pihak **Internet Service Provider** (ISP). Artinya dalam melakukan pendaftaran seyogianya dilakukan pemeriksaan administrasi dan mempertimbangkan ada atau tidaknya unsur itikad baik (*good faith/te goede trow*) pihak pendaftar. Kebijakan **The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)** berlaku sejak 1999 dan telah dilaksanakan bersama-sama dengan **World Intellectual Property Organization (WIPO)** menentukan bahwa.³⁰

By applying to register a domain name, or by asking us to maintain or renew a domain name registration. You hereby represent and warrant to us that:

- (a) the statement that you made in your registration Agreement are complete and accurate to your knowledge;*
- (b) the registration of the domain name will not infringe upon or otherwise violate the rights of any third party;*
- (c) you are not registering the domain name for an unlawful purpose; and*
- (d) you will not knowingly use the domain name in violation of any applicable laws or regulations. It is your responsibility to determine whether your domain name registration infringes or violates someone else's rights.*

Pendaftaran *domain names* merupakan pelanggaran, jika sama atau secara membingungkan menyerupai merek pihak lain; pendaftar tidak

memiliki hak untuk atau kepentingan yang sah atas *domain names*; domain names telah terdaftar dan telah digunakan dengan itikad buruk (*bad faith*), lebih lanjut ICANN menetapkan:³¹.

The following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be present, shall be evidence of the registration and of a domain name in bad faith :

- (i) circumstances indicating that you have registered or you have acquired the domain name primarily for the purpose of selling, renting, or otherwise transferring the domain name registration to the complainant who is the owner of the trademark or service mark or to a competitor of that complainant, for valuable consideration in excess of your documented out-of-pocket costs directly related to the domain name; or*
- (ii) you have registered the domain name in order to prevent the owner of the trademark or service mark from reflecting the mark in a corresponding domain name, provided that you have engaged in a pattern of such conduct or.*
- (iii) you have registered the domain name primarily for the purpose of disrupting the business of a competitor or.*
- (iv) By using the domain name, you have intentionally attempted to attract, for commercial gain, internet users to your website or other on line location, by creating a likelihood of confusion with the complainant's mark as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of your web site or location or of a product or service on your web site or location.*

Indikasi adanya itikad buruk dalam pendaftaran domain names yakni jika adanya tujuan yang bersifat ekonomi untuk melakukan penawaran untuk menjual menyerahkan atau mengalihkan *domain names* kepada pemilik merek yang sah atau kepada kompetitor pemilik merek (barang atau jasa); dengan pembuatan *domain names* atau situs tersebut yang bersangkutan

³⁰ ICAANN Article 2

³¹ *Ibid.*, Article 4

berusaha untuk menarik suatu keuntungan ekonomi, dengan menciptakan gambar yang menyesatkan bagi pemilik atau pemegang merek barang atau jasa yang sah; ataupun pendaftaran *domain names* untuk mencegah pemilik merek barang dan jasa yang sah menampilkan mereknya yang terkait dengan *domain names*.

Sebagai perbandingan pendaftaran *Internet Domain Names* di Australia dilakukan pada *Internet Assigned Name Authority* (IANA) dan untuk itu disyaratkan:³²

- a. *Domain names* yang dipakai harus unik dan umum (sesuai dengan level yang dituju)
- b. Mengidentifikasi perusahaan sebagai asal barang atau jasa yang bersangkutan.
- c. Merupakan badan hukum Australia, lazimnya berbentuk *limited company* (semacam Perseroan Terbatas)
- d. Memiliki paling tidak 2 (dua) karakter: huruf dan angka
- e. Memiliki domisili secara geografis di Australia

Pendaftaran *domain names* selanjutnya diadministrasikan pada *Australia Domain Names Administration (ADNA)*.

Di Indonesia, tampaknya pendaftaran *internet domain names* cukup mudah yakni dengan melalui pihak *Internet Service Provider* (ISP) atau *Application Service Provider (ASP)*. ISP/ASP bertindak selaku mediator untuk pendaftarannya ke **InterNIC** atau **IDNIC**. Guna memberikan jasa layanan yang terbaik kepada konsumen, format perjanjian sudah disiapkan terlebih dahulu, sehingga konsumen tinggal menandatangani. Memang tidak ada persyaratan yang bertele-tele, namun konsumen lupa adanya klausula *exonotatie* yang menyatakan bahwa ISP atau ASP tidak

³² Michael Small, *Internet Domain Names, ToT of IPR*, Sydney, Australia, 1997

bertanggungjawab terhadap pihak ketiga terhadap isi (*content*) *website* termasuk *domain names* yang didaftarkan ataupun sebaliknya terhadap segala kerugian yang ditimbulkan oleh pihak ketiga. Dalam hal ini ISP/ASP dapat diminta bertanggungjawab atas dasar kewenangan (*authorization liability*) sebagaimana diatur dalam pasal 1367 KUH Perdata. Hal ini mengingat bahwa terjadi pelanggaran karena tersedianya kesempatan yang difasilitasi oleh pihaknya.

Sebenarnya sebelum seseorang atau suatu perusahaan menentukan suatu *domain names*, pihaknya atau pihak ISP/ASPnya seyogyanya terlebih dahulu menghubungi interNIC untuk mengecek apakah *domain names* yang akan digunakan telah didaftar dan digunakan oleh pihak lain. InterNIC akan melakukan penelusuran melalui *database searcher* yang disebut *who is*. Menurut hemat peneliti mengingat daya jelajahnya yang mendunia, pendaftaran *internet domain names* seyogyanya :

1. dikenal dan diakui oleh pihak ketiga
2. dibuat iklan secara luas
3. berlaku di beberapa negara di mana perlindungan HAKI³² berlaku

³² Hak Atas Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) terdiri dari 2 (dua) besaran utama yakni :

1. Hak Cipta dan Hak-Hak yang Terkait dengan Hak Cipta (*Copyright And Related Rights*).
2. Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) yang meliputi bidang-bidang :
 - A. Merek (*Trademarks*)
 - B. Indikasi Geografis (*Geographical Indication*);
 - C. Desain Industri (*Industrial Design*);
 - D. Paten (*patents*); termasuk Perlindungan varietas Tanaman (*Plant Variety Rights*).
 - E. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Lay-Out Designs Topographics of Integrated Circuits*).
 - F. Perlindungan Informasi yang Dirahasiakan (*Protection of Undisclosed Information*), mencakup Rahasia Dagang (*Trade Secret*).

4. harus menunjukkan bukti pangsa pasar
5. harus unik dan menunjukkan kaitan dengan perusahaan atau produknya
6. tidak memiliki persamaan pada pokoknya atau secara keseluruhan dengan:
 - a. Merek yang terdaftar di suatu negara (yang pendaftarannya didasari itikad baik)
 - b. Merek terkenal (*wellknown trademark*)
 - c. Indikasi geografis (*geographical of Indication*)
- 7) harus memperhatikan kode etik berkomunikasi melalui internet yang disebut *netiquette*.

Upaya *repressive* berupa penyelesaian sengketa *domain names* yang dicanangkan oleh WIPO dan ICANN berupa:³³

- a. Pihak yang berwenang untuk melakukan pendaftaran dapat membatalkan pendaftaran, jika pemohon tidak dapat ditentukan status domisilinya yang pasti.
- b. Pada saat pendaftaran, disyaratkan pada pemohon untuk mencanangkan penyelesaian sengketa melalui badan mediasi atau arbitrase.
- c. Pengadilan setempat juga dapat ditunjuk untuk menyelesaikan sengketa *domain names*.
- d. Melalui forum yang disediakan oleh ICANN dengan tindakan berupa pembatalan (*cancellation*), pengalihan hak (*transfer*) atau penggantian pendaftaran (*changes*), sebagaimana diatur dalam *Article 4 ICANN*

We will cancel, transfers or otherwise make changes to domain name registration under the following circumstances :

 - *subject to the provisions of Paragraph 8, our receipt or written or appropriate electronic instructions from you or your authorized agent to take such action.*

³³ Michael Dahl, *Loc. Cit.*

- *our receipt of an order from a court or arbitral tribunal, in each case of competent jurisdiction, requiring such action, and -or*
- *our receipt of a decision of an Administrative Panel requiring such action in any administrative proceeding to which you were a party and which was conducted under this policy or a later version of this policy adopted by ICANN (see Paragraph 4 (i) and (k) below).*
- *domain We may also cancel, transfer or otherwise make changes to name registration in accordance with the terms of your registration agreement or other requirements.*

These proceedings will be conducted before one of administrative-dispute-resolution service providers listed at www.icann.org/udrp/approved-providers.htm (each, a "provider").

Sedangkan langkah yang diambil oleh *Network Solution Incorporation*

NSI (sebagai bagian kerjasama internasional) sebagai berikut ³⁴.

- 1) pemohon *domain names* diwajibkan untuk membuat pernyataan bahwa pendaftaran *domain names* tidak melanggar HAKI milik orang lain.
- 2) Jika pemohon *domain names* tidak memakai *domain names* tersebut dalam jangka waktu 90 hari atau habis, dianggap yang bersangkutan melepaskan pendaftaran *domain names* tersebut.
- 3) Pemohon berjanji dan mempertahankan menunggu NSI bilamana ada gugatan pihak ketiga.
- 4) Setelah mendapat perintah pengadilan atau arbitrase, NSI secara unilateral dapat mencabut *domain names* tersebut bilamana diketahui *domain names* tersebut adalah milik pihak ketiga.

34

Iman Syahputra dkk, *Hukum Merek Baru di Indonesia*, Harvindo, 1997, h.77-78

BAB V

PENUTUP

1. Simpulan

- a. Praktek transaksi melalui internet berlangsung secara (a) *business to business*, (b) *business to consumers* dan (c) *consumers to consumers models*. Pendaftaran *internet domain names* dilakukan melalui mediator ISP/ASP lazimnya kepada InterNIC atau IDNIC. Pendaftaran ditempuh dengan membayar sejumlah biaya tergantung fasilitas yang disediakan oleh ISP/ASP; mengisi *standard form* yang telah disediakan oleh ISP/ASP ; memenuhi persyaratan yang sangat mudah cukup identitas diri tanpa ada data pendukung legitimasi hak merek dari si pendaftar. Umumnya si pendaftar mengisi *form* tersebut tanpa memperhatikan klausula *Exoneratie* (pembatasan tanggunggugat ISP/ASP) bahwa pihak ISP/ASP tidak bertanggunggugat terhadap pihak ketiga atas isi *website* termasuk *domain names* yang didaftar ,dan sebaliknya jika ada tuntutan pelanggaran dari pihak ketiga atas pendafatar yang telah difasilitasinya.
- b. Ada beberapa bentuk pelanggaran *internet domain names* yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, namun penggunaan suatu nama/merek oleh pihak lain secara tanpa hak sebagai *internet domain names* tidak dengan sendirinya merupakan pelanggaran merek.

Terhadap pelanggaran *internet domain names* yang merupakan pelanggaran merek dimungkinkan berlakunya UU Merek yang menyediakan upaya pemulihan berupa gugatan perdata, tuntutan pidana dan ADR. Pelanggaran *internet domain names* juga telah disikapi oleh pihak ICANN dan ISN dengan menerbitkan beberapa aturan. Selain itu dalam upaya mengatasi pelanggaran pihak ISP/ASP dapat ikut bertanggungjawab atas dasar kewenangan (*authorization of liability*).

2. Saran

- a. Perlunya dibentuk *Cyberlaw* sebagai suatu *umbrella act* untuk mengatasi permasalahan yang timbul berkaitan dengan proses peralihan informasi dan transaksi diinternet.
- b. Perlunya perhatian bagi ISP/ASP agar sebelum menyediakan layanan internet kepada konsumen mematuhi ketentuan *UNCITRAL Model Law*, Peraturan *ICANN* serta ISN termasuk menghilangkan klausula *exsoneratie* yang tercantum pada *standard form* yang dibuatnya untuk konsumen.
- c. Perlunya perhatian bagi kalangan pengusaha (*merchant* atau *entrepreneur*) maupun perorangan, agar tidak mendaftarkan *domain names* yang memiliki persamaan dengan (a) merek terdaftar, (b) merek terkenal atau (c) indikasi geografis pihak lain. Termasuk juga untuk tidak mendaftarkan nama orang lain, nama badan hukum

lain, lambang, simbol suatu bendera negara tanpa izin pihak yang berwenang.

DAFTAR PUSTAKA

Dody Rachmansyah, "Proses Transaksi Pembayaran Melalui Credit Card", Seminar dan Pelatihan Bagi Para Konsumen & Merchant JATIMMALL, Surabaya, 2 November 1999

Hadjon, Philips. M., *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat*, Cet 1, Bina Ilmu, Surabaya, 1984.

Hartadi, *Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, FH Unair, Surabaya, 2000.

Kresnayana Yahya, "Investasi Dalam E-Commerce", Seminar JACEX_'99, Surabaya, 23 September 1999

....., "E-Commerce Suatu Perangkat Dagang Baru", Seminar dan Pelatihan bagi Para Konsumen & Merchant JATIMALL, Surabaya 2 November 1999.

Jened, Rahmi, *Implikasi Persetujuan TRIP's Bagi Perlindungan Merek Di Indonesia*, Yuridika, Surabaya, 2000.

....., *Perlindungan Hak Cipta Pasca Persetujuan TRIP's*, Yuridika, Surabaya, 2000.

Kamal, Farizal F., *Cybers Business*, Elex Media Komputindo, Jakarta 1999.

Peter Mahmud MZ, "Aspek Hukum E-Commerce", Diskusi, FH Unair, Surabaya, 2001

Digicash – Ecash, *Komputek*, No. 168 Minggu ke – 1 Juni 2000.

UUNo. 15/2001 Tentang Merek

UNCITRAL Model Law

Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy ICANN

<http://www.ec.ac.id/~kita/ies/urion/monerfor.html>.

[http: //www.kompas.com](http://www.kompas.com) .

[http : //www.apinet.com](http://www.apinet.com).

[http : //www.on-line.com/ecommerce](http://www.on-line.com/ecommerce)