

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERBUATAN *CYBERSQUATTING*
PENGUNAAN MEREK SEBAGAI NAMA DOMAIN
(ANALISIS KASUS DOMAIN WWW.EBAY.CO.ID)**

(Skripsi)

Oleh

MUHAMMAD ADRIA DHARMAPRAJA

1912011103



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERBUATAN *CYBERSQUATTING* PENGUNAAN MEREK SEBAGAI NAMA DOMAIN (ANALISIS KASUS DOMAIN WWW.EBAY.CO.ID)

Oleh:

MUHAMMAD ADRIA DHARMAPRAJA

Digitalisasi kegiatan perusahaan mendorong inovasi di antara pelaku usaha yang salah satunya berbentuk penggunaan domain atau situs. Sebagai bentuk identitas suatu perusahaan, nama domain terkadang menggunakan merek di dalamnya sehingga saling berkaitan erat. Dalam sistem hukum Indonesia, rezim hukum nama domain berada terpisah dari hukum merek. Pengaturan nama domain di Indonesia masih bergantung pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang belum secara menyeluruh dan eksplisit mengatur aspek nama domain termasuk bentuk penyalahgunaan merek sebagai nama domain seperti *Cybersquatting*. Salah satu kasus *Cybersquatting* di Indonesia adalah penyalahgunaan nama domain *www.ebay.co.id* yang diputus oleh Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan Putusan Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. Permasalahan dalam penelitian ini mengkaji tentang pengaturan hukum penggunaan nama domain di Indonesia, pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* di Indonesia, dan penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia serta akibat hukum yang terjadi atas putusan dalam perkara tersebut.

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus atau *judicial case study*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi dokumen. Data yang didapat kemudian diolah dengan metode pengolahan data, yaitu seleksi data, klasifikasi data, dan sistematisasi data yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

Muhammad Adria Dharmapraja

Hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan bahwa pengelolaan penggunaan nama domain di Indonesia dilakukan oleh Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) selaku registri nama domain. Pengaturan hukum Nama Domain di Indonesia berdasar pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta peraturan pelaksana turunannya. Pengaturan nama domain di Indonesia masih memiliki ketidakjelasan seperti ketiadaan pemeriksaan dalam pendaftaran nama domain dan konflik antara rezim hukum nama domain dengan rezim hukum merek yang membuka celah perbuatan *Cybersquatting*. Pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* di Indonesia sendiri tidak diatur secara eksplisit. Dasar hukum yang digunakan terhadap perbuatan *Cybersquatting* cenderung hanya bertumpu pada peraturan terdahulu yaitu Pasal 1365 KUH Perdata dan Pasal 23 Ayat (2) dan (3) UU ITE. Berdasar pada dasar hukum tersebut, Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memutuskan bahwa penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst merupakan perbuatan *Cybersquatting*. Tergugat terbukti dengan itikad tidak baik melanggar merek milik Penggugat dalam pendaftaran nama domain *www.ebay.co.id*.

Kata Kunci: *Cybersquatting*, Nama Domain, Merek

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERBUATAN *CYBERSQUATTING*
PENGUNAAN MEREK SEBAGAI NAMA DOMAIN
(ANALISIS KASUS DOMAIN WWW.EBAY.CO.ID)**

Oleh

MUHAMMAD ADRIA DHARMAPRAJA

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
Sarjana Hukum

pada

Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERBUATAN *CYBERSQUATTING* PENGGUNAAN MEREK SEBAGAI NAMA DOMAIN (ANALISIS KASUS DOMAIN WWW.EBAY.CO.ID)**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Adria Dharmapraja**


Nomor Pokok Mahasiswa : **1912011103**

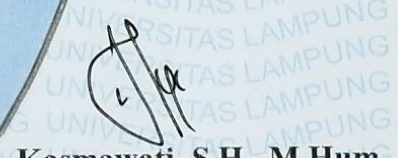
Bagian : **Hukum Keperdataan**

Fakultas : **Hukum**




1. **Komis Pembimbing**


Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.
NIP 198102152008122001


Kasmawati, S.H., M.Hum.
NIP 197607052009122001

2. **Ketua Bagian Hukum Keperdataan**


Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP 196012281989031001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Rohaini, S.H., M.H., Ph.D**

Sekretaris/ Anggota : **Kasmawati, S.H., M.Hum.**

Penguji
Bukan Pembimbing : **Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum.**

2. Dekan Fakultas Hukum

Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.
NIP 196412181988031002



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Adria Dharmapraja

NPM : 1912011103

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Analisis Yuridis Terhadap Perbuatan *Cybersquatting* Penggunaan Merek Sebagai Nama Domain (Analisis Kasus Domain www.ebay.co.id)**” adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam pasal 27 Peraturan Akademik Univeristas Lampung dengan Surat Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/DT/2010.

Bandar Lampung, 20 Januari 2023



Muhammad Adria Dharmapraja
NPM 1912011103

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Adria Dharmapraja, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 2 September 2001, yang merupakan anak pertama dari empat bersaudara, pasangan Bapak Muhammad Diriya, S.P., M.M dan Ibu Anita Mediawaty.

Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Rawa Laut pada Tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Bandar Lampung pada Tahun 2016, dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Bandar Lampung pada Tahun 2019. Penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) pada Tahun 2019. Penulis telah mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode I tahun 2022 selama 40 hari di Kota Karang, Kecamatan Teluk Betung Timur, Kota Bandar Lampung.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Tingkat Fakultas Hukum yaitu Mahasiswa Pengkaji Masalah Hukum (UKM-F MAHKAMAH). Penulis juga aktif dalam kegiatan akademik dengan mengikuti salah satu program Kampus Merdeka, yaitu Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia (KMMI) pada Tahun 2021.

MOTO

“Maka ingatlah kepada-Ku, Aku pun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku.”

(Q.S Al-Baqarah Ayat 152)

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

(Q.S At-Taubah Ayat 40)

“Im Against Stuck In A Moment Or An Era. I Think Its Good To Go Forward, Its Good To Move On, We Have To.”

(Sebastian Vettel)

“Comparison is The Thief of Joy”

(Theodore Roosevelt)

PERSEMBAHAN



Puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kesabaran sehingga penulis dapat belajar dan bekerja keras menyelesaikan skripsi ini. Maka dengan ketulusan dan kerendahan hati, aku persembahkan sebuah karya nan kecil ini kepada:

Kedua orang tuaku

Ayahku Muhammad Diriya dan Bundaku Anita Mediawaty

Terima kasih telah memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang, sabar dalam mendidikku dari aku kecil hingga sekarang, selalu berusaha untuk membahagiakan dan mendukung setiap langkah yang ku pilih, terutama selama menempuh pendidikanku, serta mengiringi dengan doa demi keberhasilan dan kesuksesan ku walaupun dalam keadaan sesulit apapun.

SANWACANA

Assalamu'alaikum, Wr. Wb. Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**Analisis Yuridis Terhadap Perbuatan *Cybersquatting* Penggunaan Merek Sebagai Nama Domain (Analisis Kasus Domain www.ebay.co.id)**" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung dibawah bimbingan dari dosen pembimbing serta atas bantuan dari berbagai pihak lain. Penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Ibu Rohaini, S.H., M.H. Ph.D., selaku Pembimbing I atas kesabaran dan kesediaannya meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan, saran, dan motivasi

Sehingga penulis penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;

5. Ibu Kasmawati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran dan memberikan bimbingan, motivasi serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
6. Ibu Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum., selaku Pembahas I yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
7. Ibu Siti Nurhasanah, S.H., M.H., selaku Pembahas II yang telah memberikan kritik saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
8. Bapak Torkis Lumbantobing, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Akademik atas bimbingan dan bantuannya kepada penulis selama menjalankan studi di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan/ti Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Bapak/Ibu Dosen bagian Keperdataan yang dengan penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, serta segala bantuan secara teknis maupun administratif yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan studi;
10. Teruntuk rekan-rekan 3.5 Tahun Cumlaude (3.5 CM) dan Sekut selama menjalani perkuliahan, M. Alief Ramadhan, Oktri Sasmitha Yudha, M. Reyhan Haiqal, M. Farhan Rabbani Ujudan, M. Cyrill Ramadhan, Adiansyah Surya Yudhistira, Rio Syahputra, Rakhmad Wahyudi, M. Thareq Afif, Akmalldho B. Indrajaya, Bimantara Suherly, dan Khair Tiyas Akbar, Fernando Gabriel, Yosafat Rajagukguk, M. Khaikal Kharisma, Rayhan Arif, William Paskah, Ajie Prasetyo, Riko Bagus Kurniawan, Roy Bastanta, dan Dwi

Ariansyah yang selalu menemani, mendukung, membantu, bersenda gurau dan memberikan motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak kita bisa bertemu dan berbagi cerita kesuksesan, *Aamiin*;

11. Teruntuk sahabat-sahabatku Five-Ourite, Rio, Arya, Sabrina, Embun, yang menjadi tempat berkeluh kesah, bercerita, dan mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi ini serta menjadi inspirasi bagi penulis untuk selalu memperbaiki diri dan menjadi versi terbaik dari diri penulis. Semoga kelak kita bisa berkumpul dan berbagi cerita kebahagiaan masing-masing;
12. Teruntuk teman-temanku di Bagian Hukum Perdata, Dharma, Satriya, Nopan, Princess, Ridho, dan Arif, yang telah membantu penulis dan memberikan doa serta semangatnya kepada penulis;
13. Teruntuk semua sahabat onlineku di Ethereal, Ken, Eirikk, Angelo, Jintha, Zade, Koba, Void, Mika, Bruno dan anggota Ethereal lainnya yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga suatu hari nanti kita bisa bertemu dan duduk bersama dengan bertatap muka secara langsung di masa depan untuk saling berbagi kisah kesuksesan masing-masing.
14. Teruntuk teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelurahan Kota Karang, Hafizd, Ingrid, Aax, Dita, Annuy, dan Caca, terima kasih atas kisah kasih, candaan, pelajaran, bantuan, dan pengalaman tak terlupakan yang sangat berharga selama 40 hari di Kota Karang bersama kalian;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya;

16. Terima kasih kepada diriku Muhammad Adria Dharmapraja telah bertahan dan berjuang hingga di titik ini menghadapi segala tantangan baik dalam perkuliahan, kehidupan, keluarga, dan pertemanan. Terima kasih untuk tidak pernah menyerah dan selalu berjuang yang terbaik tak hanya bagi diri sendiri, namun juga orang di sekitar. Terima kasih telah berani untuk berubah menjadi pribadi yang lebih baik walau banyak hal yang harus ditinggalkan. “*Ignis Aurum Probat*” – Sesungguhnya Api Itu Menguji Emas.

17. Almamater Tercinta, Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk pengembangan dan kesempurnaan skripsi ini.

Bandar Lampung, 20 Januari 2023
Penulis

Muhammad Adria Dharmapraja

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Ruang Lingkup Penelitian	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Umum Tentang Merek.....	14
1. Pengertian, Dasar Hukum, Jenis dan Bentuk Merek.....	14
2. Perlindungan Merek	20
3. Fungsi Merek	22
4. Pendaftaran Merek	25
B. Tinjauan Umum Tentang Nama Domain	30
1. Pengertian Nama Domain	30
2. Level Nama Domain.....	32
3. Dasar Hukum Nama Domain	35
4. Fungsi Nama Domain	41
C. Tinjauan Umum Tentang <i>Cybersquatting</i>	42
D. Konsep Asas Itikad Baik (<i>Good Faith</i>).....	44
E. Kerangka Pikir	48
III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Tipe Penelitian	51

C. Pendekatan Masalah.....	52
D. Data dan Sumber Data.....	52
E. Metode Pengumpulan.....	53
F. Metode Pengolahan Data.....	54
G. Analisis Data.....	54
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pengaturan Hukum Penggunaan Nama Domain di Indonesia.....	56
B. Pengaturan Hukum Perbuatan <i>Cybersquatting</i> Di Indonesia	80
C. Penggunaan Nama Domain <i>www.ebay.co.id</i> dalam Perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst Merupakan Perbuatan <i>Cybersquatting</i> yang Bertentangan dengan ketentuan Penggunaan Nama Domain di Indonesia serta akibat hukum yang terjadi atas putusan dalam perkara tersebut.....	87
V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Logo Resmi <i>Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)</i>	57
Gambar 2. Logo Resmi Pengelola Nama Domain Indonsia (PANDI)	58
Gambar 3. Daftar Registrar Nama Domain Selain Instansi yang Berpartner dengan PANDI	61
Gambar 4. Website www.domain.go.id yang Menjadi Tempat Pendaftaran Domain Instansi Penyelenggara Negara	62
Gambar 5. Merek Perusahaan <i>E-Commerce</i> eBay Milik Penggugat.....	88
Gambar 6. Situs eBay Yang Menjadi Domain Utama Kegiatan Usaha <i>E-Commerce</i> Milik Penggugat	92

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mendorong perubahan di segala aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi informasi dan Komunikasi juga didukung oleh inovasi berupa internet yang memungkinkan setiap orang terhubung tanpa dibatasi jarak dan waktu.¹ Internet menjadi kebutuhan utama masyarakat terutama dalam memperoleh informasi dari segala sumber pada saat itu juga bahkan telah menjadi suatu kebutuhan dasar manusia modern. Perkembangan internet memang hadir dengan tujuan utama untuk memberikan kemudahan kepada manusia dalam melakukan aktivitas.² Manusia sebagai makhluk sosial selalu ingin terhubung dengan manusia lainnya dan internet mewujudkan keinginan tersebut.

Perkembangan internet membentuk suatu konsep dunia baru yang menghubungkan manusia dalam suatu ruang tanpa batas yang disebut ruang siber (*cyberspace*).³ Konsep *Cyberspace* mengusung perubahan yang beragam, salah satunya adalah terjadinya digitalisasi dalam aktivitas masyarakat. Digitalisasi terjadi pada banyak bidang yang salah satunya bidang ekonomi atau biasa disebut

¹ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk., 2016, *Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta, Deepublish, hlm. 100

² Reva Amalia, 2020, *Perlindungan Hukum Terhadap Kejahatan Cybersquatting Di Indonesia*, Yogyakarta, *Jurnal Lex Renaissance*, hlm. 781

³ Wasisto Raharjo Jati, 2016, *Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia*, Yogyakarta: *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, hlm. 26

ekonomi Digital. Digitalisasi pada sektor ekonomi dapat terlihat dari kemudahan dalam melakukan transaksi bisnis. Ekonomi Digital menawarkan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan beberapa aktivitas sehari-hari seperti membeli barang, memesan tiket, hingga bertransaksi hanya dengan menggunakan telepon genggam dan jaringan internet.⁴

Potensi transaksi bisnis melalui internet kemudian melahirkan bisnis baru dalam sektor digital seperti *e-commerce*, *transport & food*, *online travel*, dan *financial services* yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan baik besar maupun kecil. Dilansir dari data e-Conomy SEA 2020 yang dirilis oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, mayoritas nilai transaksi sektor digital masih dipegang oleh *e-commerce* dengan nilai transaksi sebesar tiga puluh dua miliar dollar.⁵ Kegiatan usaha *e-commerce* dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi perdagangan melalui sarana internet dimana produk dapat ditawarkan dan dibeli secara *online*.⁶

Perkembangan sektor digital yang pesat kemudian mendorong banyak perusahaan mulai melakukan digitalisasi terhadap kegiatan usahanya. Perusahaan digital berusaha mengadopsi penggunaan internet, teknologi informasi, serta platform digital untuk kepentingan pengembangan produk dan menjangkau target pemasaran. Bentuk digitalisasi perusahaan pada umumnya berupa penggunaan platform digital global untuk penelitian, pengembangan, pemasaran, penjualan

⁴ Rizky Ameliah dkk., 2018, *Strategi Kewirausahaan Digital*, CfDS UGM, hlm. 7

⁵ Randi Eka, Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2020, artikel diakses 26 April 2022 dari <https://dailysocial.id/post/perkembangan-ekonomi-digital-indonesia-tahun-2020>

⁶ Dwi Haryadi, 2012, *Kebijakan Integral Penanggulangan Cyberporn Di Indonesia*, Bangka, Lima, hlm. 41

dan distribusi produk dan dengan meningkatkan kualitas, kecepatan, dan harga untuk menarik masyarakat.⁷

Digitalisasi perusahaan mendorong banyak kemunculan perusahaan baru yang berinovasi melalui platform digital dan berkembang pesat. Bahkan tidak jarang banyak perusahaan-perusahaan baru yang perkembangannya melampaui perusahaan yang telah bermain lama seperti persaingan Apple dan Nokia. Ketatnya persaingan dunia digital menuntut perusahaan untuk mengembangkan produk tidak hanya dari segi kualitas, namun juga rekognisi produk kepada masyarakat. Bentuk rekognisi produk atau perusahaan tersebut dilakukan melalui *branding* atau merek. Merek dapat diartikan sebagai tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.⁸

Merek mempunyai peran yang sangat besar bagi produk maupun perusahaan itu sendiri. Dari sisi konsumen, merek akan mempermudah konsumen mengenali produk, sedangkan dari sisi produsen, merek merupakan sesuatu yang bisa dijual dan diiklankan.⁹ Merek menjadi suatu faktor penting di dalam pemasaran sebagai bentuk promosi produk itu sendiri. Konsumen yang puas dengan merek tertentu akan meningkatkan penjualan suatu produk hingga menjadi merek yang dikenal oleh banyak konsumen atau biasa disebut Merek Terkenal.

⁷ Agus Wibowo, 2022, *Inovasi dan Transformasi Perusahaan Digital*, Semarang, Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja, hlm. 5-6

⁸ Zaeni Asyhadie, 2014, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, hlm. 218

⁹ Tety Elida dan Ari Raharjo, 2019, *Pemasaran Digital*, Bogor, IPB Press, hlm. 194

Merek terkenal secara sederhana dapat diartikan sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi, memiliki daya tarik besar pada masyarakat dan sugestif karena sudah dikenal secara luas hingga dunia internasional, regional, dan bahkan sudah dikenal di seluruh dunia dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi.¹⁰ Suatu merek menjadi terkenal melalui kerja keras penelitian dan pengembangan produk baik barang maupun jasa serta citra perusahaan itu sendiri. Pembangunan dan pengembangan merek menjadi terkenal merupakan usaha yang tidak murah dan memakan waktu lama. Reputasi suatu merek terkenal perlu dilindungi secara hukum dari tindakan-tindakan yang dapat merugikan reputasi merek tersebut.

Merek dapat dipergunakan dalam berbagai bentuk seperti pada kemasan atau bagian dari suatu produk, nama kantor suatu perusahaan, bahkan sebagai identitas orang atau badan hukum di dunia nyata maupun maya. Bentuk penggunaan merek di dunia maya adalah penggunaan merek sebagai nama domain perusahaan. Nama domain adalah alamat internet penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet.

Banyak pihak yang ingin memanfaatkan ketenaran dari suatu merek dengan perbuatan dan cara yang melawan hukum. Salah satu perbuatan tersebut adalah perbuatan penyalahgunaan nama domain dari suatu merek yang biasa disebut *Cybersquatting* atau penyerobotan nama domain.¹¹ *Cybersquatting* adalah

¹⁰ Tommy Hendra Purwaka, 2017, *Perlindungan Merek*, Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, hlm. 4

¹¹ Sukrut Deo dan Sapna Deo, 2019, *Cybersquatting: Threat to Domain Name*, *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, hlm. 1432

perbuatan mendaftarkan nama domain dengan merek suatu perusahaan kemudian menjualnya kepada perusahaan tersebut dengan harga mahal.¹² *Cybersquatting* dilakukan dalam bentuk perbuatan yang mendaftarkan, menjual, dan/atau menggunakan nama domain dengan tujuan mengambil keuntungan dari merek orang lain. *Cybersquatting* umumnya menargetkan suatu nama domain dengan merek dari suatu perusahaan yang terdaftar atau bahkan terkenal baik yang dimiliki oleh pribadi atau badan hukum seperti suatu perusahaan.

Nama domain memiliki nilai ekonomi sebagaimana merek itu sendiri. Merek suatu perusahaan biasanya akan digunakan sebagai nama domain dari perusahaan tersebut. Penggunaan merek sebagai nama domain bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat mengenai alamat situs perusahaan. Nama domain memainkan peran yang besar dalam promosi produk perusahaan hingga pelayanan kepada konsumen. Nama domain didesain secara unik untuk mewakili perusahaan di dunia digital yang menghubungkan langsung kepada konsumen atau perusahaan lain.¹³ Besarnya peran nama domain menjadikannya sebagai target dari berbagai perbuatan yang merugikan perusahaan termasuk perbuatan *Cybersquatting*.

Merek dan nama domain memiliki kaitan yang sangat erat, namun keduanya memiliki pengaturan yang berbeda.¹⁴ Ketentuan hukum mengenai merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

¹² Saghara Luthfillah Fazari, 2014, Skripsi “Perlindungan Nama Domain Merek Terkenal Terhadap Tindakan *Cybersquatting* di Internet menurut Hukum Positif Indonesia”, Malang, Universitas Brawijaya, hlm. 4

¹³ Wahyu Hidayat, 2000, *Kamus Teknologi Komputer: Komputer-Internet*, Surabaya, Sarana ilmu, hal.125.

¹⁴ Budi Agus Riswandi, 2006, *Hukum Cyberspace*, Yogyakarta, Gitanagari, hlm. 78

Geografis (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis), sedangkan nama domain diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE). Dalam Pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan merek hanya terjadi setelah merek tersebut didaftarkan atau "*first to file system*". Adapun nama domain sebagaimana diatur dalam Pasal 23 Ayat (2) UU ITE, perlindungannya diberikan kepada pendaftar pertama atau "*first come first serve*" dengan syarat pendaftaran tersebut dilakukan atas itikad baik.¹⁵

Perbedaan prinsip dalam pengaturan merek dan nama domain inilah yang menimbulkan konflik dalam perlindungan terhadap penyalahgunaan merek sebagai nama domain. Mengingat dalam prinsip *first to file*, pemeriksaan pendaftaran merek dilakukan secara terperinci melalui suatu proses pemeriksaan substantif dan didasari itikad baik. Sedangkan nama domain dengan prinsip *first come first serve* dalam pendaftarannya tidak dilakukan pemeriksaan substantif sebagaimana merek. Pemeriksaan terhadap pendaftaran nama domain hanya didasari pada itikad baik atau *good faith*.¹⁶ Selama nama domain yang didaftarkan tidak sama persis dengan nama domain yang telah ada maka pendaftaran tetap bisa dilakukan bahkan walaupun hanya berbeda satu huruf.¹⁷

Pemeriksaan substantif merupakan pemeriksaan terhadap suatu pendaftaran merek yang diterima oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Menurut Pasal

¹⁵ Edmon Makarim, 2004, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 305

¹⁶ Hasrina, 2013, Tesis "Tinjauan Hukum Terhadap Penyalahgunaan Nama Domain (*Domain Name*) Dalam Perkara *Cybersquatting* Di Indonesia", Makassar: Universitas Hasanuddin, hlm. 8-9

¹⁷ Sukrut Deo dan Sapna Deo, *Loc. Cit.*

23 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis bahwa pemeriksaan substantif merupakan pemeriksaan yang dilakukan oleh pemeriksa terhadap permohonan Pendaftaran merek. Pemeriksaan substantif tersebut dilaksanakan untuk melihat apakah merek tersebut diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik atau merek tersebut memenuhi unsur yang mengharuskan merek ditolak pendaftarannya atau merek tersebut memang tidak dapat didaftarkan, dan apabila berdasarkan ketentuan tersebut merek yang didaftarkan ternyata memenuhi unsur yang terkandung dalam pasal 4, pasal 5 atau pasal 6 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, pendaftaran terhadap merek tersebut tidak akan dilakukan.

Pemeriksaan substantif suatu merek dilakukan untuk menentukan apakah merek yang didaftarkan tersebut memiliki persamaan secara menyeluruh atau persamaan pada pokoknya dengan merek lain yang terdaftar. Sedangkan, dalam pendaftaran nama domain tidak dilakukan pemeriksaan substantif.¹⁸ Alasan mekanisme pendaftaran nama domain dilakukan tanpa pemeriksaan substantif dikarenakan pemeriksaan tersebut bertentangan dengan prinsip teknologi internet yang menggunakan teknologi virtual, tanpa tatap muka, dan dilakukan dengan efisien. Pemeriksaan terhadap nama domain hanya dilakukan melalui sistem pencocokan antara nama domain yang ingin didaftarkan dengan nama domain yang telah terdaftar.¹⁹ Jika ternyata tidak terdapat kesamaan secara menyeluruh maka pendaftaran nama domain baru dapat diterima walaupun hanya berbeda satu huruf.

¹⁸ Made Ayu Myleana Kusuma Putri dan Ida Ayu Sukihana, 2021, Penilaian Standar Pemeriksaan Merek Secara Substantif Pada Pendaftaran Merek, Denpasar: *Jurnal Kertha Wicara*, hlm. 461

¹⁹ Muhammad Nizar, 2018, Kejahatan Nama Domain Berkaitan Dengan Merek, Surabaya: *Jurnal Yuridika*, hlm. 126

Tidak adanya pemeriksaan substantif dan hanya itikad baik yang menjadi dasar dalam pendaftaran nama domain menimbulkan masalah terhadap perlindungan merek yang digunakan sebagai nama domain. Terlebih lagi pembuktian terhadap asas itikad baik dalam pendaftaran nama domain hanya bisa dibuktikan melalui gugatan atau ketika telah terjadi sengketa. Maka dari itu diperlukan perlindungan yang bersifat preventif terhadap penyalahgunaan merek sebagai nama domain. Pemerintah perlu menghadirkan pengaturan yang jelas mengenai nama domain.²⁰ Kemudahan pendaftaran dan minimnya pengaturan nama domain mendorong munculnya kasus *Cybersquatting* nama domain yang memanfaatkan merek tertentu dan merugikan merek tersebut.

Salah satu kasus *Cybersquatting* di Indonesia adalah penyalahgunaan nama domain *www.ebay.co.id* yang melibatkan eBay Inc. selaku penggugat, CV. Ebay Indonesia selaku tergugat, Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) selaku Turut Tergugat I, dan Telekomunikasi Indonesia, TBK, CQ. Telkom Divisi Multimedia selaku Turut Tergugat II. Dalam kronologi kasus, CV. Ebay Indonesia mendaftarkan nama domain *www.ebay.co.id* “ yang mempunyai kemiripan dengan eBay Inc. yang merupakan perusahaan *e-commerce* asal California, Amerika Serikat.

Penggugat adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 1995 bernama eBay Inc. yang merupakan perusahaan *e-commerce* yang menjual berbagai barang elektronik di internet. Penggugat merupakan perusahaan pemilik merek eBay di berbagai negara di dunia yang telah mendaftarkan merek dan juga nama domain

²⁰ Sholahuddin Al-Fatih, 2021, Analisis Keterhubungan Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia, Malang: *Journal of Judicial Review*, hlm. 263

eBay. Di negara Indonesia sendiri, penggugat telah mendaftarkan merek eBay di daftar umum kantor merek dengan nomor 476718 yang telah terdaftar sejak 16 Mei 2001.

Penggugat kemudian bermaksud untuk mendaftarkan nama domain *www.ebay.co.id* di wilayah Indonesia dengan tujuan memperluas kegiatan usaha *e-commerce*-nya di wilayah Indonesia. Namun ketika penggugat ingin melakukan pendaftaran nama domain ditemukan fakta bahwa domain *www.ebay.co.id* telah terdaftar sejak tanggal 17 Desember 2004. Penggugat kemudian melakukan penelusuran kepada Turut Tergugat I yang mengatur pengelolaan nama domain di Indonesia dan ditemukan fakta bahwa nama domain *www.ebay.co.id* didaftarkan oleh Turut Tergugat II pada tanggal 17 Desember 2004

Penggugat kemudian menghubungi Turut Tergugat II dan menemukan fakta bahwa domain *www.ebay.co.id* didaftarkan atas nama CV. Ebay Indonesia (tergugat) yang didaftarkan oleh Ken Arifin. Penggugat kemudian melakukan penelusuran dan menemukan informasi bahwa Ken Arifin memiliki situs *megsales.com* yang menjadi penjual di situs milik penggugat atau situs *www.ebay.com* sejak tahun 1999. Menurut penggugat, Ken Arifin atau CV. Ebay Indonesia telah mengetahui eksistensi merek eBay milik Penggugat sebelum pendaftaran nama domain *www.ebay.co.id*. pada tahun 2004.

Penggugat berpendapat bahwa perbuatan Tergugat yang mendaftarkan domain *www.ebay.co.id* merugikan penggugat yang ingin melakukan ekspansi bisnis ke Indonesia. Kerugian yang dimaksud adalah terkendalanya pendaftaran domain eBay untuk kegiatan usahanya di Indonesia. Penggugat beralasan bahwa situs

eBay melambangkan perusahaan eBay di semua negara dan dengan terdaftarnya domain *www.ebay.co.id* bukan atas nama Penggugat telah menyulitkan perusahaan eBay atau Penggugat untuk melakukan kegiatan usaha *e-commerce*-nya di Indonesia.

Atas permasalahan tersebut, Penggugat kemudian menghubungi Tergugat dan memberikan penawaran untuk membeli domain *www.ebay.co.id*. Namun, usaha yang dilakukan oleh Penggugat berujung sia-sia karena Tergugat menuntut nilai penawaran yang sangat tinggi terhadap domain *www.ebay.co.id* dengan nilai yang tidak masuk akal. Dengan tidak berhasilnya negosiasi terkait pembelian domain *www.ebay.co.id*, Penggugat kemudian mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan Nomor Perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. Dalam amar putusan, Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memutuskan bahwa Tergugat atau CV. Ebay Indonesia telah melakukan suatu perbuatan melawan hukum dan menghapus nama domain *www.ebay.co.id* yang sebelumnya terdaftar atas nama Tergugat.

Atas dasar permasalahan tersebut, maka penulis tertarik mengangkatnya dalam tugas akhir dengan judul, **“Analisis Yuridis Terhadap Perbuatan *Cybersquatting* Penggunaan Merek Sebagai Nama Domain (Analisis Kasus Domain *www.ebay.co.id*)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang timbul dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaturan hukum penggunaan nama domain di Indonesia?

2. Bagaimana pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* di Indonesia?
3. Apakah penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia serta bagaimana akibat hukum yang muncul dari putusan perkara nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst.?

C. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini ruang lingkup penelitian terdiri dari ruang lingkup bidang ilmu dan ruang lingkup kajian pembahasan. Ruang lingkup bidang ilmu dalam penelitian ini adalah Hukum Keperdataan atau lebih spesifiknya adalah Hukum Kekayaan Intelektual. Ruang lingkup kajian pembahasan dalam penelitian ini adalah mengenai pengaturan hukum penggunaan nama domain di Indonesia, Bagaimana pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* di Indonesia, dan Apakah penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia serta bagaimana akibat hukum yang terjadi atas putusan dalam perkara tersebut.

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis:

- a. Pengaturan hukum penggunaan nama domain menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.
- b. Pengaturan hukum mengenai perbuatan *Cybersquatting* nama domain berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia
- c. Penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. dapat dikategorikan sebagai perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan pengaturan penggunaan nama domain serta akibat hukum yang terjadi atas putusan dalam perkara tersebut.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini terdiri dari kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis berupa sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam menambah, pengetahuan, dan wawasan ilmu pengetahuan bagi masyarakat luas mengenai ilmu hukum khususnya Hukum Perdata. Kemudian memberikan kontribusi kepada kalangan akademisi dan praktisi untuk menambah pengetahuan umum di bidang hukum siber dan Hukum Keperdataan mengenai Hak Kekayaan Intelektual terkait merek dan nama domain..

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai bahan studi, literatur, dan informasi bagi akademisi dan praktisi dalam memahami bagaimana aturan hukum penggunaan dan kepemilikan nama domain di Indonesia;

- b. Sebagai bahan studi, literatur, dan informasi bagi penyusun undang-undang dalam melihat kebutuhan hukum akan urgensi pengaturan mengenai perbuatan *Cybersquatting* secara lebih terperinci; dan
- c. Sebagai salah satu syarat penulis untuk memperoleh gelar sarjana hukum pada Fakultas Hukum di Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian, Dasar Hukum, Jenis, dan Bentuk Merek

a. Pengertian Merek

Merek merupakan salah satu aspek dari Hak Kekayaan Intelektual yang memainkan peran penting dalam kegiatan ekonomi global. Merek sebagaimana Aspek Hak Kekayaan Intelektual lain memiliki definisi dan pengaturan tersendiri mengenai penggunaannya. Merek secara etimologis menurut *Black's Law Dictionary* adalah suatu kata, gabungan kata, logo, atau simbol tertentu yang digunakan oleh produsen atau penjual untuk membedakan suatu produk dari produk lain.²¹

Pengaturan hukum merek pada dasarnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis). Menurut Pasal 1 Ayat (1) Merek didefinisikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut

²¹ Bryan A. Garner, 2004, *Black's Law Dictionary Eighth Edition*, Wisconsin USA, Wisconsin's Department of Transportation, hlm. 4656.

untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Selain pengertian di atas, pengertian merek juga diberikan oleh beberapa ahli, yaitu:

Menurut Kotler dan Keller, Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan dari barang atau jasa pesaing.²²

Menurut R. Soekardono, memberikan rumusan bahwa, Merek adalah sebuah tanda (Jawa: siri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, di mana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.²³

Menurut Mr. Tirtaamidijaya, menyatakan merek adalah bahwa suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya, guna membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya.²⁴

Menurut pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa merek adalah suatu tanda pembeda berupa angka, huruf, kata, gabungan kata, dan simbol terhadap suatu produk yang membedakannya dari produk lain. Merek menjadi identitas bagi suatu produk yang melambangkan kualitas, pembeda, dan nama dari suatu perusahaan yang memproduksi produk tersebut.

²² Muhammad Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Surabaya, Qiara Media, hlm. 60

²³ O.K.Saidin, 2016, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Edisi Revisi)*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hlm. 335

²⁴ Tirtaamidijaya, 2004, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hlm. 344

b. Dasar Hukum Merek

Pengaturan mengenai merek sejatinya dimulai jauh sebelum kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus tahun 1945. Pengaturan merek pada zaman kolonialisme dimulai dengan berlakunya *Reglement Industrieële Eigendom* (Reglemen tentang Hak Milik Perindustrian) tahun 1912. Reglement tersebut mengatur penggunaan kepemilikan merek industri yang ada di Hindia Belanda. Pasca kemerdekaan Indonesia, pengaturan mengenai merek diubah dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan yang berlaku selama 31 tahun. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian dicabut dan digantikan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek dan diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997.²⁵

Dasar hukum pengaturan merek di Indonesia juga dipengaruhi oleh rezim hukum internasional yang bermula dengan didirikannya *World Trade Organization* atau WTO pada tahun 1994. WTO kemudian mengatur aspek Hak Kekayaan Intelektual melalui *Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights* atau TRIPs yang berlaku sejak tahun 1995. Indonesia sebagai anggota WTO melakukan harmonisasi pengaturan merek dengan TRIPs yang berujung diterbitkannya Undang-Undang tentang Merek yang baru yaitu Undang-Undang No. 15 tahun 2001.²⁶

Pengaturan merek diatur Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mencabut Undang-Undang No. 15 tahun 2001.

²⁵ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Op. Cit.* hlm. 52

²⁶ Zaeni Asyhadie, *Loc. Cit.*

Pertimbangan dibentuknya 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa dalam UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek masih diperlukan suatu perbaikan dan belum mampu memenuhi kebutuhan hukum dan perlindungan masyarakat dalam pengaturan merek serta belum menjamin pemanfaatan maksimal merek untuk potensi ekonomi global dan nasional.

c. Jenis Merek

Jenis merek di Indonesia secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur tiga jenis merek yaitu Merek Dagang, Merek Jasa, dan Merek Kolektif. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada suatu produk berupa barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum yang bertujuan memberikan tanda pembeda dengan produk sejenis lainnya.²⁷

Merek Jasa adalah sebagaimana merek dagang juga adalah Merek yang digunakan dalam kegiatan usaha jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum yang bertujuan memberikan tanda pembeda dengan jasa sejenis lainnya

Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

²⁷ *Ibid*, hlm. 102

Jenis merek juga bisa dikategorikan berdasarkan tingkat reputasi (*reputation*) atau popularitas (*popularity*) terdiri dari Merek Biasa (*Normal Marks*), Merek Terkenal (*Well-known Marks*) dan Merek Termasyhur (*Famous Marks*).

Merek Biasa (*Normal Marks*) adalah merek yang tingkat popularitas dan reputasi yang rendah, memiliki jangkauan pasar yang kecil dan terbatas serta hanya dalam lingkup pemasaran lokal yang belum sampai pada tahap pemasaran regional dan nasional.²⁸

Merek Terkenal (*Well-known Marks*) adalah merek yang memiliki tingkat popularitas dan reputasi yang tinggi, memiliki daya tarik besar pada masyarakat dan diketahui secara luas karena sudah memiliki jangkauan pasar yang meliputi wilayah regional, nasional, hingga internasional yang melampaui batas negara.²⁹

Merek Termasyhur (*Famous Marks*) adalah merek mempunyai derajat yang lebih tinggi dari merek biasa maupun merek terkenal. Merek Termasyhur memiliki reputasi yang sangat tinggi kedudukannya dibanding dengan jenis merek lainnya. Itu sebabnya merek termasyhur dianggap mempunyai kedudukan yang sangat tinggi atau “merek aristocrat dunia”.³⁰

Merek Terkenal terkadang dipersamakan dengan merek termasyhur, namun tolak ukur untuk suatu merek disebut termasyhur memiliki indikator yang lebih tinggi dibandingkan Merek Terkenal.

²⁸ Lionita Putri Lobo dan Indriani Wauran , 2021, Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia, Salatiga: *Jurnal Masalah-masalah Hukum*, hlm. 74

²⁹ Tommy Hendra Purwaka, *Op. Cit.* hlm. 4

³⁰ Arif Rohman , 2021, Analisis Persamaan Merek Terkenal Yang Tidak Sejenis Ditinjau Dari Hukum Merek (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 29 Pk/Pdt.Sushki/2016), *Journal of Intellectual Property*, hlm. 34

d. Bentuk Merek

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dikenal beberapa bentuk merek yaitu gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut.

1. Merek berbentuk Gambar atau logo

Bentuk merek yang menggunakan suatu gambar atau logo sebagai identitas dan tanda pembeda dari suatu produk. Gambar atau logo yang dimaksud dapat berupa makhluk hidup, bentang alam, benda mati, dan rupa lainnya selama diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan. Contoh dari merek berbentuk gambar atau logo adalah merek pabrik otomotif asal Jerman yaitu Mercedes-Benz yang berbentuk bintang bersegi tiga.

2. Merek berbentuk Kata

Bentuk merek yang menggunakan satu atau lebih susunan kata sebagai identitas dan tanda pembeda dari suatu produk. Bunyi kata yang dipakai dapat berbagai macam bahasa atau kata lainnya selama diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan. Contoh dari merek berbentuk kata adalah merek minuman soda Coca-Cola.

3. Merek berbentuk huruf atau angka

Bentuk merek yang menggunakan satu atau lebih susunan huruf dan/atau angka sebagai identitas dan tanda pembeda dari suatu produk. Susunan huruf dan/atau

angka dapat berbagai macam selama diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan. Contoh dari merek berbentuk huruf dan/atau angka adalah merek perusahaan saluran berita asal Amerika Serikat CNN.

4. Merek yang berbentuk nama

Bentuk merek yang menggunakan suatu nama sebagai identitas dan tanda pembeda dari suatu produk. Nama yang dimaksud dapat berupa nama pendiri perusahaan/ atau pembuat produk dan nama lain yang diperbolehkan. Contoh dari merek berbentuk nama adalah usaha *fashion* asal Perancis yaitu Christian Dior.

5. Merek yang berbentuk kombinasi

Bentuk merek yang menggunakan kombinasi dari unsur-unsur di atas sebagai identitas dan tanda pembeda dari suatu produk. kombinasi yang dimaksud dapat berupa gabungan gambar dengan kata serta angka yang menjadi satu kesatuan atau gabungan unsur lain yang diperbolehkan. Contoh dari merek berbentuk kombinasi dari berbagai unsur adalah merek produk kopi asal Indonesia yaitu Kopi Kapal Api yang menggunakan unsur gambar dan. Perlindungan Merek

2. Perlindungan Merek

Perlindungan hukum terhadap Merek dalam hukum Indonesia dilakukan melalui suatu Sistem Konstitutif. Sistem Konstitutif menyatakan bahwa perlindungan suatu merek hanya diberikan setelah merek tersebut didaftarkan oleh pendaftar pertama.³¹ Sistem Konstitutif berdasarkan pada prinsip pendaftar pertama (*first to file*). Prinsip *first to file* mensyaratkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek

³¹ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Op. Cit.* hlm. 54

baru diberikan setelah pendaftaran merek diterima. Adapun pendaftaran merek di Indonesia diajukan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Persyaratan dalam pendaftaran merek agar diterima dan dilindungi pada dasarnya berupa bukti bahwa suatu merek memiliki daya pembeda yang cukup dengan merek lainnya serta pendaftaran didasarkan pada itikad baik (*good faith*).

Pendaftaran merek dilakukan dengan tujuan memberikan status legal bahwa seseorang dan/atau badan hukum menjadi pemilik merek terdaftar sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya.³² Merek yang telah diterima dalam pendaftaran merek akan diberikan suatu Sertifikat Merek yang merupakan bukti kepemilikan suatu merek. Perlindungan merek terdaftar berlangsung selama 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperpanjang masa perlindungannya

Perlindungan terhadap merek juga dilakukan melalui pemberian lisensi. Lisensi penggunaan merek memastikan bahwa hanya orang dan/atau badan hukum tertentu yang diperbolehkan oleh pemegang hak merek saja yang dapat memanfaatkan suatu merek. Lisensi menurut Undang-Undang Merek Indikasi Geografis adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan Merek terdaftar.

Perlindungan merek melalui pendaftaran dan lisensi hakikatnya adalah perlindungan preventif terhadap suatu merek berupa pemberian hak eksklusif merek. Perlindungan represif dimaksudkan sebagai upaya penyelesaian sengketa atau konflik yang muncul pada merek yang sudah didaftarkan. Adapun

³² Syahriyah Semaun, 2016, Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa, Parepare: *Jurnal Hukum Diktum*, hlm. 110

perlindungan represif terhadap merek dilakukan melalui pembatalan hak atas merek terdaftar melalui permintaan penghapusan dan gugatan pembatalan merek.

Pasal 72 UU Merek dan Indikasi Geografis memberikan mekanisme penghapusan merek terdaftar atas permintaan pemilik merek kepada Dirjen HKI. Pasal 76 UU UU Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan perlindungan merek dalam bentuk gugatan pembatalan merek. Gugatan pembatalan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan yang diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik Merek terdaftar.

Gugatan pembatalan pendaftaran Merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran Merek kecuali jika terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau Merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum

3. Fungsi Merek

Merek pada dasarnya memiliki fungsi identitas dan pembeda suatu produk dengan produk lainnya di dunia perdagangan. Fungsi utama sebuah merek adalah memberikan ciri khas suatu produk pada konsumen dalam membedakan suatu produk dengan produk perusahaan lain yang serupa atau mirip terutama yang dihasilkan perusahaan kompetitor. Beberapa fungsi merek dapat dikategorikan sebagai berikut:³³

³³ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk, *Loc. Cit.*

- a. Fungsi Pembeda : identitas pembeda produk dengan produk perusahaan lain;
- b. Fungsi Jaminan Reputasi: merek berfungsi memberikan suatu reputasi yang menghubungkan produsen atau perusahaan dengan klien;
- c. Fungsi Promosi: merek menjadi saran mengiklankan suatu produk yang baru dirintis dan mempertahankan reputasi produk lama yang menguasai pasar.
- d. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri : merek dapat memicu aliran dana investasi sebagai bentuk penanaman modal melalui investor dalam menghadapi mekanisme pasar dengan persaingan bebas.

World Intellectual Property Organization atau WIPO dalam buku publikasinya yang berjudul “*Understanding Industrial Property*” memberikan empat fungsi dari merek, yaitu:³⁴

- a. Pembeda suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan produk atau jasa dari perusahaan lain. Merek menjadi bentuk pilihan yang dibuat oleh konsumen ketika membeli suatu produk atau menggunakan jasa. Merek membantu konsumen dalam mengidentifikasi produk atau jasa yang sudah sering digunakan atau mereka lihat melalui iklan. Selain sebagai pembeda produk atau jasa, merek juga berfungsi sebagai pembeda perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut. sebagai contoh kata “*apple*” mungkin tidak menjadi pembeda suatu produk buah apel, namun kata tersebut menjadi pembeda terhadap produk elektronik seperti *handphone*.
- b. Tanda yang merujuk kepada perusahaan tertentu yang tidak diketahui secara luas oleh masyarakat yang juga menawarkan sebuah produk atau jasa. Merek

³⁴ WIPO, 2016, *Understanding Industrial Property*, Geneva Switzerland, World Intellectual Property Organization, hlm. 18-19

juga menjadi pembeda sekaligus memberikan informasi asal atau perusahaan yang memproduksi produk atau jasa tersebut. fungsi merek sebagai tanda yang merujuk pada perusahaan menjadi indikator penting dalam perlindungan merek dengan menilai apakah suatu perusahaan telah melanggar ketentuan merek.

- c. Tanda yang memberikan informasi mengenai kualitas atau mutu pada suatu produk atau jasa yang menggunakan merek tersebut. Merek membantu konsumen dalam menilai apakah suatu produk secara konsisten memberikan kualitas yang baik. Fungsi ini biasa disebut fungsi garansi merek. Merek pada dasarnya tidak hanya digunakan oleh satu perusahaan saja, namun juga dapat dilisensikan kepada perusahaan lain. perusahaan penerima lisensi suatu merek harus memastikan bahwa apa yang diproduksi baik itu barang atau jasa memiliki kualitas yang dibawa oleh nama merek tersebut. Pemilik merek hakikatnya tidak bertanggung jawab atas kualitas produk atau jasa yang dilakukan oleh penerima lisensi, namun pemilik merek bertanggung jawab dalam memilih kandidat penerima lisensi yang memenuhi standar dan persyaratan.
- d. Merek menjadi fungsi promosi dan marketing dari suatu produk atau jasa. Selain sebagai pembeda, identitas perusahaan, dan informasi kualitas, merek juga berperan dalam stimulasi penjualan produk atau jasa. Merek yang akan digunakan harus dipilih dan dibuat dengan banyak pertimbangan. Suatu merek harus mampu memikat konsumen, menciptakan daya tarik, dan menunjukkan kualitas produk. Fungsi merek yang demikian biasa disebut fungsi komunikasi merek.

4. Pendaftaran Merek

a. Sistem Pendaftaran Merek

Menurut ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar. Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri – Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dalam memperoleh Hak atas Merek perlu dilakukan pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan merek.

Pendaftaran merek di Indonesia dilakukan dengan sistem konstitutif atau prinsip *first to file*. Pendaftaran merek merupakan sarana penting untuk melindungi merek produk-produk karena dengan dianutnya *prinsip first to file* maka hanya pendaftar pertama diakui sebagai pemilik hak atas merek berdasarkan Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menetapkan bahwa “*hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar*”.³⁵

Tujuan dari pendaftaran merek hakikatnya adalah memberikan perlindungan legal terhadap suatu merek dagang atau jasa dari perbuatan yang merugikan merek tersebut. merek yang terdaftar akan diberikan sertifikat hak merek. Merek dengan sertifikat merek akan akan dilindungi dan tidak sembarang orang dapat menggunakan merek tersebut kecuali pemilik merek atau penerima lisensi.³⁶

³⁵ Tommy Hendra Purwaka, *Op. Cit.* hlm. 2

³⁶ OK Saidin, *Op. Cit.* hlm. 363

Pendaftaran merek sebagaimana Pasal 4 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis dilakukan melalui mekanisme permohonan yang diajukan oleh pemohon atau kuasanya. Permohonan pendaftaran merek dibuat dalam bentuk tertulis yang menggunakan bahasa Indonesia dan diajukan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Apabila permohonan terhadap merek dilakukan oleh lebih dari satu pemohon, maka semua nama pemohon harus dicantumkan sebagaimana ketentuan Pasal 5 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam hal permohonan terhadap pendaftaran merek dilakukan untuk lebih dari satu kelas barang, maka menurut ketentuan Pasal 6 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis terhadap kelas barang tersebut dalam dimuat dalam satu permohonan. Dalam Permohonan pendaftaran merek, pemohon harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.

Mekanisme lain dalam pendaftaran merek adalah pendaftaran merek melalui Hak Prioritas. Hak Prioritas adalah hak mengenai pendaftaran merek yang dimiliki oleh negara anggota *Paris Convention* dan WTO. Dalam Pasal 1 angka 17 UU Merek dan Indikasi Geografis, Hak Prioritas adalah hak pemohon yang berasal dari negara yang tergabung dalam Konvensi Paris atau WTO untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan pendaftaran merek di negara asal merupakan tanggal prioritas penerimaan pendaftaran merek di negara tujuan yang juga anggota salah dari kedua perjanjian itu.³⁷

³⁷ Tommy Hendra Purwaka, *Op. Cit.* hlm. 28

Hak Prioritas adalah hak yang diberikan kepada pendaftar merek, dimana tanggal penerimaan merek pada negara asal dianggap sama dengan tanggal penerimaan pertama di negara tujuan. Dianggap sama bukan berupa pencatatan secara langsung di daftar umum merek negara tujuan, namun hanya pengakuan tanggal pendaftaran merek.³⁸ Hak prioritas ini merupakan harmonisasi perlindungan merek yang melintasi batas negara terutama dalam proses perdagangan internasional.

Hak prioritas bersifat balas-membalas antara negara anggota *Paris Convention* atau WTO berupa pengakuan bahwa pendaftaran yang dilakukan di kemudian hari di negara tujuan dianggap sama dengan tanggal penerimaan di negara asal.³⁹ Sehingga negara-negara tersebut terikat untuk memberikan perlindungan kepada warga negara lain yang melakukan pendaftaran merek di negara tersebut sepanjang masih sesuai dengan ketentuan waktu pendaftaran.

Ketentuan mengenai jangka waktu hak prioritas diatur dalam Pasal 9 UU Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan tersebut menyatakan bahwa Permohonan dengan menggunakan Hak prioritas harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak Tanggal Penerimaan permohonan pendaftaran Merek yang pertama kali diterima di negara lain yang merupakan anggota Konvensi Paris tentang perlindungan Kekayaan Industri (*Paris convention for the protection of industrial property*) atau anggota Persetujuan Pembentukan organisasi perdagangan Dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*).

³⁸ Sufiarina, 2014, Hak Prioritas Dan Hak Eksklusif Dalam Perlindungan HKI, Jakarta, *Adil: Jurnal Hukum*, hlm. 266.

³⁹ *Ibid*, hlm. 280

b. Merek yang Dapat Didaftarkan

Suatu merek dapat didaftarkan jika memenuhi syarat substantif berupa adanya daya pembeda dan didaftarkan dengan dasar itikad baik (*good faith*). Daya pembeda atau *capable of distinctiveness* adalah merek yang mempunyai ciri khas dan pembeda suatu barang atau jasa dari merek lain.⁴⁰ Merek yang bersifat umum atau mirip dengan merek lain dianggap memiliki daya pembeda lemah karena merek yang didaftarkan tidak memiliki identitas yang khas atau ciri khusus sebagai pembeda, Sehingga tidak dapat memenuhi fungsi dari merek sebagai tanda pembeda atau identitas suatu produk.⁴¹

Syarat substantif lain agar merek dapat didaftarkan adalah itikad baik dalam pendaftaran merek. Pengertian permohonan merek yang beritikad baik dapat dilihat dalam penjelasan Pasal 21 Ayat (3) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Itikad baik dalam pendaftaran merek adalah Pemohon yang pendaftaran merek secara layak dan jujur tanpa ada niat apa pun untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran Merek pihak lain demi kepentingan usahanya dapat menimbulkan kerugian pada pihak lain pemilik merek tersebut atau berusaha melakukan kecurangan dalam persaingan usaha.

c. Merek yang Tidak Dapat Didaftarkan

Terdapat beberapa kondisi yang menyebabkan suatu merek tidak dapat didaftarkan atau ditolak sesuai ketentuan UU Merek dan Indikasi Geografis.

⁴⁰ Ari Wibowo dan Hernawan Hadi, 2015, Penerapan Prinsip Itikad Baik Dan Daya Pembeda Dalam Pendaftaran Merek Dagang Yang Bersifat Keterangan Barang (Descriptive Trademark) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, *Jurnal Private Law*, hlm. 33.

⁴¹ *Ibid.*

Dalam Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis, suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut:

- 1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- 2) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- 3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- 4) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- 5) Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- 6) Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Penolakan merek karena persamaan diatur dalam 21 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis mengatur mengenai alasan penolakan merek karena persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan:

- 1) Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 2) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 3) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
- 4) Indikasi Geografis terdaftar.

Alasan penolakan pendaftaran merek secara umum diatur dalam 21 Ayat (2) UU Merek dan Indikasi Geografis yang meliputi:

1. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
2. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
3. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

B. Tinjauan Umum Tentang Nama Domain

1. Pengertian Nama Domain

Nama domain atau *domain name* merupakan alamat situs suatu website yang memuat berbagai informasi aktivitas di Internet.⁴² Nama domain seolah menjadi nomor telepon untuk pengguna internet dalam mengakses situs tertentu. Pengguna internet dapat melakukan pencarian nama domain melalui mesin pencarian internet atau *search engines*.⁴³ Nama domain menunjukkan suatu situs yang dimiliki oleh pengguna internet baik orang, badan hukum, organisasi nasional dan internasional, dan instansi pemerintahan di suatu negara.

⁴² Sahat Maruli T. Simuteang, 2020, *Cyberlaw*, Bandung, Cakra, hlm. 82

⁴³ Hasrina, *Op. Cit.* hlm. 28

Nama domain secara etimologis menurut *Black's Law Dictionary* adalah kata dan karakter yang didesain sebagai alamat internet oleh pemilik situs atau website. Nama domain dapat didaftarkan sebagai merek, namun pendaftaran nama domain tidak secara otomatis menimbulkan suatu hak merek.⁴⁴

Secara umum nama domain dapat diartikan sebagai alamat unik dan familiar di dunia internet yang digunakan untuk menemukan sebuah situs website.⁴⁵ Nama domain sendiri mempunyai jenis akhiran sesuai dengan bidang atau lokasi suatu *website* dibuat. Contoh nama domain general umum adalah *com*, *net*, *org*, *info*, *dan biz*. Contoh nama domain berakhiran lokasi Negara Indonesia adalah *.id*

Nama domain menurut Pasal 1 Angka 20 UU ITE adalah alamat internet penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet.

Menurut *World Intellectual Property Organization* atau WIPO dalam publikasinya yang berjudul "*Guide to WIPO Domain Name Dispute Resolution*", nama domain didefinisikan sebagai "*a human-friendly form of an Internet address that is both easy to identify and to remember, such as wipo.int or yahoo.com.*" (bentuk alamat internet yang dipahami banyak orang yang sifatnya mudah diidentifikasi dan diingat).⁴⁶

⁴⁴ Bryan A. Garner, *Op. Cit.* hlm. 1469

⁴⁵ Abdul Halim Barkatullah, 2017, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Bandung, Nusa Media, hlm. 44-45

⁴⁶ WIPO, *Guide to WIPO Domain Name Dispute Resolution*, Geneva Switzerland, World Intellectual Property Organization, hlm. 3

Menurut pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa nama domain adalah satu nama yang unik atau berbeda dari nama domain lain dan mudah dihafalkan dari suatu situs atau *website* internet yang dimiliki oleh orang perseorangan, badan hukum, dan/atau instansi pemerintahan di suatu negara. Nama domain dapat berbentuk angka, huruf, nama orang, merek, nama instansi, dan/atau karakter lain yang berfungsi sebagai simbol suatu bidang usaha atau wilayah negara.

2. Level Nama Domain

Nama domain dibagi ke dalam beberapa jenis atau level yang terdiri dari *Top Level Domain* (TLD), *Second Level Domain*, dan *Third Level Domain*. TLD terbagi ke dalam tiga jenis, yaitu *Generic Top Level Domain* (GTLD), *Country Code Top Level Domain* (CCTLD), dan *Premium Top Level Domain* (PTLD).⁴⁷

- a. *Generic Top Level Domain* (GTLD) adalah domain umum atau general yang dapat digunakan oleh siapapun. Beberapa ekstensinya berbentuk “.com”, “.edu”, “.gov”, “.int” dan ekstensi lain yang bersifat general.
- b. *Country Code Top Level Domain* (CCTLD) adalah *Top Level Domain* yang menggunakan kode penamaan geografis suatu negara.⁴⁸ kode negara ditentukan sesuai dalam ISO 3166-1 yang dikeluarkan oleh *Internet Assigned Numbers Authority* (IANA) yang kini dikelola *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN). Beberapa ekstensi nama domain CCTLD adalah “.id” untuk negara Indonesia, “.us” untuk negara Amerika

⁴⁷ Timoteus Natanael Sirait dan Jimmy BP Simangunsong, 2020, Analisis Yuridis Pelaksanaan Tugas Pokok Pengelola Domain Internet Indonesia, Medan: *Nommensen Journal of Legal Opinion*, hlm. 56.

⁴⁸ Gunawan Widjaja dkk., 2018, Domain Name, Sambas, *Jurnal Cross-Border*, hlm. 177.

Serikat, “.jp” untuk negara Jepang, “.fr” untuk negara Perancis, “.mx” untuk negara Meksiko, dan ekstensi nama domain di negara lain.

- c. *Premium Top Level Domain* (PTLD) merupakan nama domain yang dapat dikustomisasi yang bertujuan menjelaskan secara spesifik jenis *website*. Beberapa contoh dari domain PTLD adalah “.travel” yang merupakan website layanan jasa berpergian.

Second Level Domain atau SLD adalah nama domain yang didaftarkan atau penamaan merek yang unik dan berbeda dari nama domain lainnya. Sebagai contoh domain “www.unila.ac.id” maka yang menjadi *second level domain* adalah kata “unila”

Third Level Domain atau subdomain adalah cabang dari suatu domain yang digunakan untuk keperluan tertentu. Misalnya membuat sub bagian layanan yang terlepas dari domain utama tetapi masih berkaitan dengan domain asli. Sebagai contoh domain “www.detik.com” merupakan domain yang menyediakan layanan berita, livestreaming, dan olahraga. *Third Level Domain* dari “www.detik.com” adalah “news.detik.com” yang menjadi subdomain khusus layanan berita.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik diatur 4 (empat) jenis level domain, yaitu:

- a. Nama Domain tingkat tinggi generik, yaitu Nama Domain tingkat tinggi yang terdiri atas tiga atau lebih karakter dalam hierarki sistem penamaan domain selain domain tingkat tinggi negara (country code Top level Domain Contoh “.nusantara” atau “.java”).

- b. Nama Domain tingkat tinggi Indonesia, yaitu domain tingkat tinggi dalam hierarki sistem penamaan domain yang menunjukkan kode Indonesia (.id) sesuai daftar kode negara dalam ISO 3166-1 yang digunakan dan diakui oleh Internet Assigned Numbers Authority (IANA).
- c. Nama Domain Indonesia tingkat kedua seperti co.id, go.id, ac.id, or.id, atau mil.id.
- d. Nama Domain Indonesia tingkat turunan seperti kominfo.go.id.

Adapun untuk GTLD atau Nama Domain tingkat tinggi generik saat ini dikenal 7 (tujuh) jenis dalam dunia global, yaitu:⁴⁹

- a. Domain .com untuk kegiatan komersial,
- b. Domain .edu untuk institusi edukasi atau pendidikan,
- c. Domain .gov untuk institusi pemerintahan suatu negara,
- d. Domain .int untuk organisasi atau lembaga internasional,
- e. Domain .mil khusus untuk militer negara Amerika Serikat,
- f. Domain .net untuk penyelenggara jasa internet yang besar, dan
- g. Domain .org untuk organisasi yang bersifat non-profit.

Domain .com dianggap sebagai domain populer yang digunakan oleh banyak pengguna internet. Kepopuleran domain .com terkadang menimbulkan sengketa sehingga dibuat beberapa *top level domain name* yang baru seperti:⁵⁰

- a. .firm untuk perusahaan berbentuk firma,
- b. .store untuk kegiatan usaha penjualan barang,
- c. .web untuk badan-badan yang berhubungan dengan web,

⁴⁹ *Ibid*

⁵⁰ Hasrina, *Op. Cit.* hlm. 27-28

- d. .arts untuk kegiatan di bidang seni budaya dan kegiatan hiburan,
- e. .rec untuk kegiatan di sektor rekreasi,
- f. .info untuk bidang kegiatan informasi, dan
- g. .nom untuk badan-badan yang menginginkan *nomenclature* (tata nama) yang bersifat pribadi.

3. Dasar Hukum Nama Domain

Dalam rezim hukum Indonesia terdapat 3 (tiga) peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai nama domain, yaitu:

a. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Sebagaimana Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

Pengaturan nama domain di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. UU ITE disahkan pada tahun 2008 oleh Presiden Indonesia DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono dan dimuat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.

Dalam pasal 1 angka 20 UU ITE memberikan pengertian nama domain sebagai salah satu hal yang diatur dalam UU tersebut. Nama domain diatur dalam Bab VI tentang Nama Domain, Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Hak Pribadi. Secara khusus, ketentuan nama domain dimuat dalam Pasal 23 dan Pasal 24 yang berbunyi:

Pasal 23 UU ITE

- 1) Setiap penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama.
- 2) Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak orang lain.
- 3) Setiap penyelenggara negara, orang, badan usaha, atau masyarakat yang dirugikan karena penggunaan Nama Domain secara tanpa hak oleh lain, berhak mengajukan gugatan pembatalan Nama Domain dimaksud.

Pasal 24 UU ITE

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

Dalam UU ITE, pengaturan nama domain cenderung masih bersifat abstrak dan hanya sedikit disebutkan. Pengaturan nama domain dalam UU ITE diatur dalam Bab VI mengenai Nama Domain, Hak Kekayaan Intelektual, Dan Perlindungan

Hak Pribadi tepatnya dalam Pasal 23 dan 24. Sebagai produk hukum berbentuk undang-undang yang bersifat umum dan abstrak, UU ITE memang hanya sedikit mengatur mengenai nama domain. Pengaturan nama domain sebagaimana diinstruksikan oleh UU ITE dalam Pasal 24 Ayat (4) diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah. Namun, dari segi penjelasan UU ITE terhadap penggunaan nama domain dapat diambil beberapa poin pengaturan yaitu:

- 1) Nama domain bukan termasuk ke dalam Hak Kekayaan Intelektual dari segi prinsip dimana prinsip dalam pendaftaran nama domain adalah prinsip pendaftar pertama atau *first come first serve* yang tidak memerlukan pemeriksaan substantif, seperti pemeriksaan dalam pendaftaran merek dan paten.
- 2) Nama domain memiliki kaitan dengan merek yang hak yang melekat di dalamnya mengingat penggunaan nama domain yang melanggar hak orang lain meliputi melanggar merek terdaftar, nama badan hukum terdaftar, nama orang terkenal, dan nama sejenisnya yang pada intinya merugikan orang lain.
- 3) Pengertian penggunaan Nama Domain secara tanpa hak adalah pendaftaran dan penggunaan yang menghalangi atau menghambat Orang lain untuk menggunakan nama produk atau identitas yang dimilikinya, atau memanfaatkan reputasi suatu produk, atau memberikan informasi palsu kepada konsumen.

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

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 24 Ayat (4) telah mengamanatkan dibentuknya suatu Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai pengelolaan nama domain. Pemerintah Indonesia kemudian mengesahkan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang ITE kemudian mendapat perubahan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pasca perubahan tersebut, pengaturan mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga mengalami pembaharuan. Pembaharuan pengaturan tersebut dimuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut Peraturan Pemerintah Tentang PSTE). yang mencabut Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012. Pembaharuan pengaturan PSTE dilakukan sebagai bentuk penjaminan dan pengakuan hak serta kebebasan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan keamanan dalam penggunaan internet secara bebas dengan tetap bertanggung jawab.

Pengaturan mengenai pengelolaan nama domain dalam Peraturan Pemerintah Tentang Pste berada pada Bab VII Tentang Pengelolaan nama domain tepatnya pada pasal 79 hingga pasal 89. Beberapa hal yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Tentang PSTE adalah sebagai berikut:

- 1) Pengelola Nama Domain, Hierarki Nama Domain, dan Jenis Pengelola Nama Domain (Pasal 79);
- 2) Penyelenggara Pengelola Nama Domain, Ketentuan Badan Hukum dalam Masyarakat sebagai Pengelola Nama Domain, dan Penetapan Pengelola Nama Domain oleh Menteri (Pasal 80);
- 3) Tugas Registri Nama Domain, Pemberian Kewenangan Pendaftaran Nama Domain oleh Registri Nama Domain Kepada Registrar Nama Domain, dan Fungsi Registri Nama Domain (Pasal 81);
- 4) Tugas Registrar Nama Domain, Jenis Registrar Nama Domain, dan Urusan Registrar Nama Domain dalam Bidang Pertahanan dan Keamanan, Pendaftaran Nama Domain (Pasal 82);
- 5) Prinsip Pendaftaran Nama Domain, Syarat Pendaftaran Nama Domain, Wewenang Registri dan Registrar Nama Domain (Pasal 83);
- 6) Kewajiban Registri dan Registrar Nama Domain (Pasal 84);
- 7) Nama Domain Instansi (Pasal 85);
- 8) Tugas Registri dan Registrar Nama Domain dalam Menerima Permohonan Nama Domain dan Tanggung Jawab Pengguna Nama Domain atas Domain yang Didaftarkan (Pasal 86);
- 9) Pendapatan Registri dan Registrar Nama Domain dengan Memungut Biaya Pendaftaran Nama Domain (Pasal 87); dan
- 10) Pengawasan Pengelolaan Nama Domain oleh Menteri (Pasal 88).

**c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 23 Tahun 2013
Tentang Pengelolaan Nama Domain**

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang dicabut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 dalam Pasal 82 telah memberikan pedoman bahwa ketentuan mengenai pengelolaan nama domain diawasi oleh menteri yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Melalui dasar tersebut, Peraturan Pemerintah Tentang PSTE telah mengamanatkan bahwa mengenai persyaratan dan tata cara penetapan Pengelola Nama Domain diatur dalam Peraturan Menteri. Peraturan Menteri yang dimaksud adalah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 23 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan Nama Domain. Tujuan dibentuknya perkominfo ini adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengelola dan pengguna Nama Domain;
- 2) Melindungi kepentingan umum dari penyalahgunaan dan resiko kerugian akibat pengelolaan dan penggunaan Nama Domain yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- 3) Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh dan menggunakan Nama Domain dengan harga yang terjangkau.

Sebagaimana dalam Peraturan Pemerintah Tentang PSTE, pengaturan dalam Permenkominfo Nomor 23 Tahun 2013 juga memuat mengenai pengaturan nama domain seperti lembaga pengelola nama domain, hak dan kewajiban registri dan registrar nama domain, pendaftaran nama domain, pengguna nama domain,

pengalihan nama domain, biaya, penyelesaian perselisihan nama domain, pelaporan dan pengawasan, serta sanksi. Permenkominfo Nomor 23 Tahun 2013 lebih berfokus pada bidang administrasi dari lembaga pengelola nama domain seperti wewenang, hak, dan kewajiban registri dan registrar nama domain. Permenkominfo Nomor 23 Tahun 2013 dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai persyaratan dan tata cara penetapan pengelola nama domain dan sekilas mengenai pendaftaran nama domain.

4. Fungsi Nama Domain

Nama domain berfungsi sebagai suatu alamat situs internet yang mudah diingat. Bagi manusia, suatu situs hanya muncul dalam bentuk kata (nama domain), namun situs dalam internet memiliki susunan angka unik yang disebut *Internet Protocol* atau alamat IP misalnya 144.029.01.411. Susunan angka IP berfungsi seolah sebagai alamat atau nomor telepon situs internet tersebut.

Mengingat IP terdiri dari susunan angka yang banyak dan sulit diingat, maka nama domain hadir untuk mempermudah pengguna internet dalam mengingat alamat suatu situs.⁵¹ Hasil perubahan IP yang berbentuk angka menjadi teks, memudahkan manusia untuk menghafal nama domain yang ada.⁵² Perubahan nama domain berbentuk kata juga membawa fungsi ekonomi dalam penggunaan nama domain.

Bagian *Second Level Domain* atau SLD sering dipergunakan oleh perusahaan dunia untuk simbol usaha mereka. Nama merek suatu perusahaan atau produk

⁵¹ Marshall Leaffer, 1998, *Domain Names, Globalization, and Internet Governance*, Bloomington Indiana USA: *Indiana Journal of Legal Studies*, hlm. 143

⁵² Sholahuddin Al-Fatih, *Op. Cit.* hlm. 261

sering digunakan sebagai SLD pada sebuah nama domain.⁵³ Di satu sisi nama domain berfungsi sebagai identitas suatu situs dan di sisi lain berfungsi sebagai simbol orisinalitas yang oleh publik dipandang sebagai merek.⁵⁴

C. Tinjauan Umum Tentang *Cybersquatting*

Nama domain bersifat simplifikasi IP suatu situs menjadi huruf atau alfabet yang mudah diingat oleh pengguna internet.⁵⁵ Penggunaan huruf sebagai nama domain dipandang mengandung indikasi orisinalitas sehingga sering difungsikan sebagai suatu merek. Nama domain memberikan kepastian kepada publik bahwa mereka membeli barang dari situs perusahaan yang asli.⁵⁶ Sayangnya konsep nama domain sejak awal tidak pernah dimaksudkan untuk memuat suatu dimensi merek walaupun pada kenyataannya fungsi nama domain kemudian beralih memuat suatu identitas merek. Perbedaan rezim hukum antara merek yang dikategorikan sebagai Hak Kekayaan Intelektual dan nama domain sering menimbulkan sengketa dan ancaman kejahatan siber salah satunya adalah *Cybersquatting*.

Cybersquatting menurut *Black's Law Dictionary* adalah kegiatan mereservasi atau mendaftarkan nama domain di internet terutama yang bertuliskan suatu merek perusahaan kemudian mencari keuntungan dengan menjual atau melisensikan nama domain tersebut kepada perusahaan dengan merek tadi.⁵⁷

⁵³ Sara D. Sunderland, 2010, *Domain Name Speculation: Are We Playing Whac-A-Mole?*, Berkeley California USA: *Berkeley Technology Law Journal*, hlm. 467

⁵⁴ Marshall Leaffer, *Op. Cit.* hlm. 145

⁵⁵ Gopi Nath Sahani dkk., 2013, *Domain Name System: The Backbone of today's World of Internet*, Gorakhpur India: (*IJCSIT*) *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, hlm. 21

⁵⁶ Marshall Leaffer, *Op. Cit.* hlm. 146

⁵⁷ Bryan A. Garner, *Op. Cit.* hlm. 1169

Menurut *World Intellectual Property Organization* atau WIPO, *Cybersquatting* adalah “*the pre-emptive, bad faith registration of trademarks as domain names by third parties who do not possess rights in such names.*” (perbuatan yang dengan mendahului dan itikad tidak baik mendaftarkan nama domain yang dilakukan oleh pihak ketiga dengan tanpa hak terhadap nama domain tersebut).

Menurut Marshall Leaffer, *Cybersquatting* adalah perbuatan dimana pihak ketiga (*cybersquatters*) mendaftarkan suatu domain dengan nama merek terkenal. Perbuatan tersebut dilakukan untuk mencegah pemilik asli merek mendaftarkan domain dengan nama mereknya. *Cybersquatters* biasanya mengincar merek terkenal lalu menjual nama domain tersebut ke pemilik merek (perusahaan) untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Sara D. Sunderland, *Cybersquatting* adalah pendaftaran nama domain yang memuat merek oleh *cybersquatters* dengan harapan pemilik merek yang sah akan membeli nama domain tersebut dengan harga yang tinggi. Banyak perusahaan terutama “*Fortune 500 Companies*” yang membayar hingga \$15,000 untuk membeli nama domain yang bertuliskan merek mereka. Bahkan muncul fenomena “*land grab*” ketika sebuah Top Level Domain atau TLD baru diluncurkan. Fenomena *land grab* dalam dunia internet adalah ketika sebuah TLD baru muncul maka akan banyak pihak mendaftarkan nama domain di TLD baru yang memuat suatu merek atau nama terkenal dengan tujuan menjualnya kepada pihak lain yang ingin membeli nama domain tersebut.

Berkman Klein Center For Internet & Society at Harvard University dalam websitenya *Digital Media Law Project* memberikan definisi *Cybersquatting*

sebagai proses pendaftaran, penggunaan, dan/atau penjualan suatu nama domain dengan itikad tidak baik untuk mendapatkan keuntungan dari merek orang lain baik itu perusahaan atau orang pribadi.⁵⁸

Beberapa sarjana Indonesia juga memberikan pengertian mengenai *Cybersquatting* yaitu:

Menurut Budi Agus Riswandi dan Muhammad Syamsuddin menyatakan bahwa *Cybersquatting* perbuatan yang dilakukan pihak ketiga berupa pendaftaran suatu nama domain yang mengandung unsur merek terkenal dengan tujuan menjual nama domain tersebut kepada pemilik merek dengan harga yang tinggi

Menurut Edmon Makarim, *Cybersquatting* adalah penyerobotan atas nama domain, yaitu kegiatan seseorang yang secara mendahului mendaftarkan nama domain menggunakan merek yang populer sebelum pemilik sah dari merek tersebut mendaftarkannya

Menurut pengertian di atas dapat dipahami bahwa *Cybersquatting* adalah perbuatan pendaftaran nama domain yang mengandung unsur merek dengan itikad tidak baik yaitu menjual nama domain tersebut kepada pemilik sah merek baik itu perusahaan maupun orang perseorangan dengan harga yang sangat tinggi.

D. Konsep Asas Itikad Baik (*Good Faith*)

Itikad Baik merupakan suatu asas yang digunakan dalam pelaksanaan suatu perjanjian. Menurut Subekti, Itikad baik diartikan sebagai pelaksanaan perjanjian

⁵⁸ Digital Media Law Project, *Cybersquatting*, artikel diakses 16 Juni 2022 dari <https://www.dmlp.org/legal-guide/cybersquatting>.

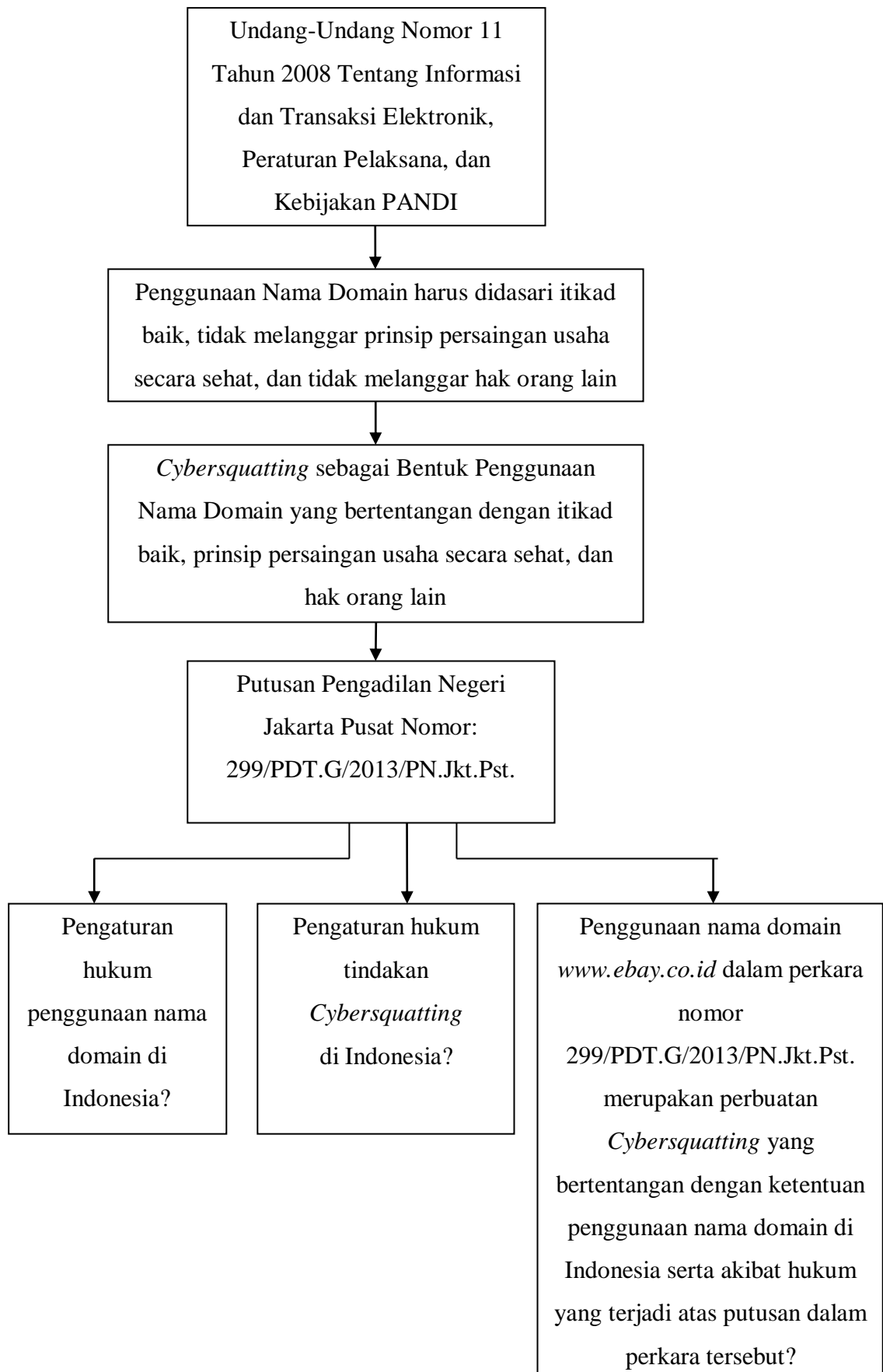
yang tidak bertentangan dengan keadilan dan kepatutan. Pelaksanaan Itikad Baik dimaksudkan untuk mewujudkan keadilan dan keseimbangan kedudukan para pihak dalam pelaksanaan suatu perjanjian untuk menghindari eksploitasi.

Itikad Baik atau *good faith* menurut menurut *Black's Law Dictionary* adalah Suatu keadaan pikiran yang terdiri dari (1) kejujuran dalam keyakinan atau tujuan, (2) kesetiaan pada tugas atau kewajiban seseorang, (3) kepatuhan terhadap standar komersial yang wajar dari transaksi yang adil dalam perdagangan atau bisnis tertentu, atau (4) ketidakhadiran niat untuk menipu atau untuk mencari keuntungan yang tidak masuk akal.⁵⁹

Asas Itikad Baik juga dipergunakan Dalam hal penggunaan dan kepemilikan nama domain. Hal tersebut termuat dalam Pasal 23 Ayat (2) UU ITE yang berbunyi “*Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak orang lain.*” UU ITE tidak memuat penjelasan mengenai indikator yang jelas mengenai pengertian Itikad Baik itu sendiri. Namun Dalam penjelasan Pasal 23 Ayat (2) dimuat pengertian bahwa pendaftaran nama domain yang melanggar hak orang lain adalah melanggar merek terdaftar, nama badan hukum terdaftar, nama orang terkenal, dan nama sejenisnya yang pada intinya merugikan orang lain.

⁵⁹ Bryan A. Garner, *Op. Cit.* hlm. 2038

E. Kerangka Pikir



Keterangan :

Payung hukum dalam kepemilikan dan penggunaan nama domain di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pelaksana, dan Kebijakan PANDI dengan Prinsip Pendaftar Pertama (*first come first serve*). Prinsip Pendaftar Pertama berarti siapapun yang pertama mendaftarkan suatu nama domain maka dia berhak atas nama domain tersebut. Dalam Pasal 23 Ayat (2) UU ITE diatur bahwa Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana harus didasarkan pada itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak orang lain.

Tidak ditemukan suatu tolak ukur yang jelas mengenai perbuatan yang mengandung suatu itikad baik dalam pendaftaran nama domain. Dalam penjelasan Pasal 23 Ayat (2) UU ITE hanya dimuat penjelasan bahwa bentuk kepemilikan dan penggunaan nama domain yang melanggar hak orang lain adalah melanggar merek terdaftar, nama badan hukum terdaftar, nama orang terkenal, dan nama sejenisnya yang pada intinya merugikan orang lain.

Pada kenyataannya masih ditemukan perbuatan yang bertentangan dengan kaidah penggunaan dan kepemilikan nama domain dalam UU ITE yaitu perbuatan *Cybersquatting*. Perbuatan *Cybersquatting* merupakan pendaftaran nama domain yang mengandung unsur merek dengan itikad tidak baik yaitu menjual nama domain tersebut kepada pemilik sah merek dengan harga yang tinggi. Mengingat rezim hukum nama domain terpisah dengan merek dimana nama domain bukan

termasuk HKI, maka penyelesaian terhadap perbuatan tersebut dilakukan melalui gugatan perdata biasa (Gugatan Perbuatan Melawan Hukum)

Salah satu kasus *Cybersquatting* di Indonesia adalah sengketa penyalahgunaan nama domain *www.ebay.co.id* yang melibatkan eBay Inc. selaku Penggugat, CV. Ebay Indonesia selaku Tergugat, Pengelola Nama Domain Indonesia (PANDI) selaku Turut Tergugat I, dan Telekomunikasi Indonesia, TBK, CQ. Telkom Divisi Multimedia selaku Turut Tergugat II. Dalam kasus tersebut Ebay Inc. Menggugat CV. Ebay Indonesia karena mendaftarkan domain *www.ebay.co.id* dengan itikad tidak baik untuk memanfaatkan merek eBay milik Penggugat. Penggugat kemudian mengajukan gugatan kepada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Terhadap gugatan tersebut Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memberikan putusan Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. dengan amar mengabulkan gugatan penggugat sebagian. Berdasarkan putusan tersebut, suatu pendaftaran nama domain dilakukan dengan prinsip (*first come first serve*) atau pendaftar pertama dan pendaftaran nama domain tidak perlu dilakukan pemeriksaan secara substantif sebagaimana pendaftaran merek dan paten. Jadi siapapun dapat mendaftarkan nama domain tersebut belum digunakan oleh orang lain. Namun, pendaftaran nama domain harus didasari pada itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak orang lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan mengkaji mengenai penerapan asas itikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak orang lain dalam suatu pendaftaran nama domain. Kajian tersebut

akan dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst

Terhadap permasalahan tersebut terdapat 3 (tiga) pokok bahasan yaitu mengenai pengaturan hukum penggunaan nama domain di Indonesia, pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* nama domain di Indonesia, dan berdasarkan dua bahasan pokok sebelumnya, menganalisis penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia serta bagaimana akibat hukum yang terjadi atas putusan dalam perkara tersebut.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum pada dasarnya adalah kegiatan mengungkapkan kembali konsep hukum, fakta hukum, dan sistem hukum yang telah pernah ada untuk dikembangkan, atau diperbaiki, atau dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁶⁰ Penelitian hukum dilakukan dalam upaya menemukan nilai-nilai baru dalam masyarakat atau suatu fenomena hukum dengan tujuan mewujudkan kesejahteraan manusia dengan pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan.⁶¹ Dalam bidang hukum dikenal 3 (tiga) jenis penelitian, yaitu penelitian hukum normatif, penelitian hukum normatif-empiris (normatif-terapan), dan penelitian hukum empiris.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada meneliti dan mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.⁶² Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder, diantaranya: asas, kaidah, norma dan aturan hukum yang terdapat dalam peraturan perundang

⁶⁰ Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm. 37.

⁶¹ Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, hlm.

⁶² *Ibid*, hlm. 48

undangan dan peraturan lainnya, dengan mempelajari buku-buku peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan erat dengan penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji isi Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. bahan-bahan pustaka, dan perundang-undangan terkait bagaimana pengaturan penggunaan nama domain di Indonesia, eksistensi pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* nama domain yang merugikan merek, serta analisis isi putusan nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. terkait apakah penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* merupakan suatu perbuatan *Cybersquatting* serta bagaimana akibat hukum yang muncul atas putusan perkara tersebut.

B. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah tipe deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.⁶³ Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat.

Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai pengaturan penggunaan nama domain menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia, pengaturan perbuatan *Cybersquatting* dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, dan analisis mengenai apakah penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst.

⁶³ Abdulkadir Muhammad, *Op, Cit.*, hlm. 50.

merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia

C. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif-terapan dengan tipe *judicial case study* yaitu pendekatan studi kasus hukum karena suatu konflik yang dapat diselesaikan melalui putusan pengadilan. Pendekatan masalah dalam penelitian ini mengkaji putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst

D. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data bersumber dari bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, makalah ilmiah, kamus, ensiklopedia, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.⁶⁴ Bahan hukum dalam data sekunder terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Dalam penelitian ini, data sekunder terdiri dari:

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat seperti peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain :
 - a. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - b. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

⁶⁴ Muhaimin, *Op, Cit.*, hlm. 101.

- c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 23 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Nama Domain.
 - d. Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum memberikan penjelasan dan pemaparan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder berupa publikasi mengenai hukum yang bukan berbentuk dokumen resmi yang meliputi buku, jurnal hukum, bahan kuliah, maupun sumber kepustakaan lain yang berkaitan dengan penggunaan nama domain, perbuatan *Cybersquatting*, dan penggunaan nama domain *www.ebay.co.id*.
 3. Bahan hukum tersier, yaitu petunjuk atau penjelasan terkait bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier berasal dari kamus hukum, kamus bahasa, ensiklopedia umum, dan ensiklopedia hukum yang terkait dengan penggunaan nama domain, perbuatan *Cybersquatting*, dan penggunaan nama domain *www.ebay.co.id*.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengolahan data yang digunakan adalah metode Studi Kepustakaan dan Studi Dokumen:

1. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan (*library research*), yaitu pengkajian data atau bahan mengenai hukum yang diperoleh dari berbagai sumber atau bahan hukum. Studi Kepustakaan dilakukan dengan tujuan mencari dan menemukan data sekunder melalui rangkaian kegiatan studi dan dokumentasi melalui berbagai cara seperti

kajian dan analisis terhadap literatur hukum, peraturan perundang-undangan, dan bahan hukum lain terkait permasalahan penelitian

2. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang tidak dipublikasikan secara umum tetapi boleh diketahui oleh pihak tertentu. Studi Dokumen dalam penelitian ini adalah dengan mengkaji Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst

F. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh melalui pengumpulan data, maka selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Seleksi data, yaitu memeriksa secara selektif data yang telah terkumpul untuk memenuhi kesesuaian data yang diperlukan dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini.
2. Klasifikasi data, yaitu data yang sudah diseleksi diklasifikasikan agar dapat digunakan sesuai dengan permasalahan sehingga diperoleh data yang benar-benar objektif.
3. Sistematisasi data, yaitu melakukan penyusunan dan penempatan menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.

G. Analisis Data

Tahapan selanjutnya setelah pengolahan data adalah melakukan analisis data berupa penafsiran terhadap bahan hukum atau data yang sudah diperoleh. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan

melakukan pengamatan pada Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst Hasil analisis disajikan secara sederhana dan sistematis dalam bentuk kalimat secara teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih dan efektif sehingga memudahkan dalam menarik kesimpulan mengenai jawaban dari permasalahan yang dibahas. Data dalam penelitian ini akan diuraikan ke dalam bentuk kalimat-kalimat yang tersusun secara sistematis, sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban singkat atas pokok bahasan dan rumusan masalah.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum penggunaan nama domain di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta peraturan pelaksana turunannya. Pengelolaan nama domain di Indonesia dilakukan oleh PANDI selaku registri nama domain. Setiap orang bisa memiliki nama domain dengan prinsip *first come first serve*. Hak atas nama domain diperoleh setelah pendaftaran yang berlaku minimal satu tahun dan maksimal sepuluh tahun. Beberapa aspek pengaturan nama domain di Indonesia masih memiliki kekurangan seperti ketidakjelasan wewenang PANDI terhadap Domain Tingkat Tinggi Generik, ketiadaan pemeriksaan dalam pendaftaran nama domain yang membuka celah penyalahgunaan nama domain seperti *Cybersquatting*, dan konflik mengenai pendapat bahwa rezim hukum merek juga berlaku terhadap nama domain.
2. Pengaturan hukum perbuatan *Cybersquatting* di Indonesia tidak diatur secara eksplisit baik pengertian maupun bentuknya. Dasar hukum yang digunakan terhadap perbuatan melawan hukum terhadap *Cybersquatting* cenderung hanya bertumpu pada peraturan terdahulu yaitu Pasal 1365 KUH Perdata,

Pasal 23 UU ITE Ayat (2) dan (3) UU ITE, dan Kebijakan PANDI. Pengaturan *Cybersquatting* masih bersifat abstrak. Rumusan dasar mengenai perbuatan *Cybersquatting* hanya bertumpu pada frasa “*pemilikan, pendaftaran dan penggunaan nama domain yang melanggar merek terdaftar*”. Tidak hanya *Cybersquatting*, pengaturan secara substansial tentang perbuatan melawan hukum terhadap nama domain lain yang bersifat umum maupun berkaitan dengan merek belum diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.

3. Penggunaan nama domain *www.ebay.co.id* dalam perkara nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst. merupakan perbuatan *Cybersquatting* yang bertentangan dengan ketentuan penggunaan nama domain di Indonesia. Tergugat terbukti melanggar hak merek eBay milik Penggugat. Tergugat juga melakukan perbuatan Itikad Tidak Baik berupa penggunaan kata “Ebay” sebagai nama perusahaan secara tanpa hak, pengenaan nilai penawaran domain dengan harga yang sangat tinggi, dan tidak menggunakan domain tersebut sebagaimana mestinya. Akibat hukum yang muncul hanya menyatakan bahwa pendaftaran domain *www.ebay.co.id* oleh Tergugat dilakukan dengan Itikad Tidak Baik dan merupakan Perbuatan Melawan Hukum. Tidak ada pembatalan terhadap kepemilikan domain oleh Tergugat sampai Penggugat mendaftarkan domain tersebut kepada PANDI.

B. Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang penulis dapat berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran kepada legislator atau pembentuk peraturan perundang-undangan di Indonesia, yaitu mengingat banyaknya ketidakjelasan dalam pengaturan nama domain seperti rezim hukum dan mekanisme pemeriksaan, perlu dibentuk suatu undang-undang khusus yang mengatur tentang nama domain secara komprehensif.. Undang-undang tersebut harus memuat mengenai rezim hukum nama domain secara jelas apakah termasuk bagian dari rezim hukum Hak Kekayaan Intelektual atau tidak. Dalam undang-undang tersebut juga perlu dimuat norma mengenai rumusan jenis perbuatan melawan hukum terhadap nama domain beserta dasar hukum penyelesaiannya baik Pidana maupun Perdata dengan mengacu pada UDRP (*Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy*).
2. Saran kepada PANDI dan/atau lembaga lain terkait nama domain di Indonesia, yaitu mengingat mekanisme pemeriksaan nama domain yang terlalu sederhana atau bahkan tanpa pemeriksaan. Perlu dibuat suatu mekanisme pemeriksaan terhadap nama domain yang sama seperti pemeriksaan substantif pada merek, namun berbentuk lebih sederhana. Pemeriksaan tersebut dapat dilakukan dalam bentuk koordinasi antara PANDI dengan lembaga lain seperti Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebagai perwujudan pendaftaran nama domain yang tidak melanggar hak merek dan persaingan usaha secara sehat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ameliah, Rizky Umar Abdul Aziz, Gehan Ghofari dan Riska Agustin. 2018. *Strategi Kewirausahaan Digital*. Yogyakarta: CfDS UGM.
- Asyhadie, Zaeni. 2014. *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Barkatullah, Abdul Halim. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk., 2016. *Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Elida, Tety dan Ari Raharjo. 2019. *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media
- Garner, Bryan A. 2004. *Black's Law Dictionary Eighth Edition*. Wisconsin USA: Wisconsin's Department of Transportation.
- Haryadi, Dwi. 2012. *Kebijakan Integral Penanggulangan Cyberporn Di Indonesia*. Bangka: Lima.
- Hidayat, Wahyu. 2000. *Kamus Teknologi Komputer: Komputer-Internet*. Surabaya: Sarana ilmu.
- Makarim, Edmon. 2004. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- . 2001. *Kajian Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung. Cipta Aditya Bakti.
- Purwaka, Tommy Hendra. 2017. *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Rasyid, Laila dan Herinawati. 2015. *Hukum Acara Perdata*. Lhokseumawe: Unimal Press.
- Riswandi, Budi Agus. 2006. *Hukum Cyberspace*. Yogyakarta: Gitanagari.
- Saidin, O.K. 2016. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Situmeang, Sahat Maruli T. 2020. *Cyberlaw*. Bandung: Cakra.
- Subekti. 2003. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermedia.
- Tirtaamidijaya. 2004. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, Agus. 2022. *Inovasi dan Transformasi Perusahaan Digital*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja.

Jurnal Nasional

- Al-Fatih, Sholahuddin. 2021. *Analisis Keterhubungan Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Malang: Journal of Judicial Review. 23(2): 257-264.
- Amalia, Reva. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Kejahatan Cybersquatting Di Indonesia*, Yogyakarta: Jurnal Lex Renaissance. 5(4): 780-791.
- Asiti, Ni Nyoman Adi dan Samsul Rizal. 2018. *Penyelesaian Sengketa Nama Domain Internet Terkait Hak Merek Di Indonesia*. Palangka Raya: Jurnal Ilmu Hukum Tambun Bungai. 3(1): 32-62
- Dewi, Ni Komang Lugra Mega Triayuni dan Nyoman A. Martana. 2019. *Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Nama Domain Dalam Tindakan Cybersquatting Di Indonesia*. Bali: Kerta Wicara: Jurnal Ilmu Hukum. 8(12): 1-15.
- Dita, I Dewa Nyoman Esta Mahar dan I Made Dedy Priyanto. 2021. *Pengaturan Hukum Tentang Tindakan Typosquatting Terhadap Nama Domain Dalam Kegiatan E-Commerce*, Bali: Jurnal Kertha Desa. 8(10): 1-10.
- Fahmi, Khairil. 2021. *Aspek Komersialisasi Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Perikatan*. Medan: Jurnal Hukum dan Kemasyarakatan Al Hikmah. 2(3): 428-446.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2016. *Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia*. Yogyakarta: Jurnal Pemikiran Sosiologi. 3(1): 25-35.

- Lobo, Lionita Putri. dan Indriani Wauran. 2021. *Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia*. Salatiga: Jurnal Masalah-masalah Hukum. 50(1): 70-83.
- Meliala, Jordan Sebastian, Afifah Kusumadara, dan M. Zairul Alam. 2015. *Perlindungan Nama Domain Dari Tindakan Pendaftaran Nama Domain Dengan Itikad Buruk Berdasarkan Hukum Positif Indonesia dan Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy*. Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
- Nizar, Muhammad. 2018. *Kejahatan Nama Domain Berkaitan Dengan Merek*. Surabaya: Jurnal Yuridika. 33(1): 118-144.
- Putri, Made Ayu Myleana Kusuma dan Ida Ayu Sukihana. 2021. *Penilaian Standar Pemeriksaan Merek Secara Substantif Pada Pendaftaran Merek*, Denpasar: Jurnal Kertha Wicara. 10(6): 455-465.
- Sari, Indah Sari. 2020. *Perbuatan Melawan Hukum (PMH) Dalam Hukum Pidana Dan Hukum Perdata*. Jakarta: Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara. 11(1): 53-70.
- Semaun, Syahriyah. 2016. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa*. Parepare: Jurnal Hukum Diktum. 14(1): 107-123.
- Sirait, Timoteus Natanael dan Jimmy BP Simangunsong. 2020. *Analisis Yuridis Pelaksanaan Tugas Pokok Pengelola Domain Internet Indonesia*. Medan: Nommensen Journal of Legal Opinion. 1(1): 53-63.
- Sufiarina. 2014. *Hak Prioritas Dan Hak Eksklusif Dalam Perlindungan HKI*. Jakarta: Adil: Jurnal Hukum. 3(2): 265-282.
- Rohman, Arif. 2021. *Analisis Persamaan Merek Terkenal Yang Tidak Sejenis Ditinjau Dari Hukum Merek (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 29 PK/Pdt.SusHki/2016)*, Journal of Intellectual Property. 4(1): 27-46.
- Wibowo, Ari dan Hernawan Hadi. 2015. *Penerapan Prinsip Itikad Baik Dan Daya Pembeda Dalam Pendaftaran Merek Dagang Yang Bersifat Keterangan Barang (Descriptive Trademark) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*. Jurnal Private Law. (7): 28-35.
- Widjaja, Gunawan, Athalia Christine L, Anindita Widyapradnya, dan Lidya Cristy S. 2018. *Domain Name*. Sambas: Jurnal Cross-Border. 1(2): 175-183.

Jurnal Internasional

- Deo, Sukrut dan Sapna Deo. 2019. *Cybersquatting: Threat to Domain Name*. India: International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. 4: 1432-1434.
- Leaffer, Marshall. 1998. *Domain Names, Globalization, and Internet Governance*. Bloomington Indiana USA: Indiana Journal of Legal Studies. 6(1): 139-165
- Mercer. John D. 2000. *Cybersquatting: Blackmail on the Information Superhighway*. Boston: *Boston University Journal of Science and Technology Law*. 11.
- Sahani, Gopi Nath, Jitender Kumar, dan Manoj Kumar. 2013. *Domain Name System: The Backbone of today's World of Internet*. Gorakhpur India: (IJCSIT) International Journal of Computer Science and Information Technologies. 4(1): 21-23
- Sunderland, Sara D. 2010. *Domain Name Speculation: Are We Playing Whac-A-Mole?*. Berkeley California USA: Berkeley Technology Law Journal. 6: 465-492.

Skripsi dan Tesis

- Fazari, Saghara Luthfillah. 2014. Skripsi “*Perlindungan Nama Domain Merek Terkenal Terhadap Tindakan Cybersquatting di Internet menurut Hukum Positif Indonesia*”. Malang. Universitas Brawijaya.
- Hasrina. 2013. Tesis “*Tinjauan Hukum Terhadap Penyalahgunaan Nama Domain (Domain Name) Dalam Perkara Cybersquatting Di Indonesia*”. Makassar. Universitas Hasanuddin.
- Sufyan, Rizky Annida. 2022. Skripsi “*Perlindungan Hukum Atas Tindakan Hukum Cybersquatting Pada Nama Domain Merek Terkenal Di Indonesia*”. Makassar: Universitas Hasanuddin.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 23 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Nama Domain.

Website

Arif Pitoyo. 2013. *ICANN Akhirnya Akui PANDI Sebagai CCTLD Indonesia*. artikel diakses 2 September 2022 dari <https://m.merdeka.com/teknologi/icann-akhirnya-akui-pandi-sebagai-cc-tld-indonesia.html>

DetikInet. 2005. *Redelegasi Domain .id Dipertanyakan*. artikel diakses 2 September 2022 dari <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-401565/redelegasi-domain-id-dipertanyakan>

Digital Media Law Project. *Cybersquatting*. artikel diakses 16 Juni 2022 dari <https://www.dmlp.org/legal-guide/cybersquatting>.

ICANN. 1999. *Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy*. diakses 30 Oktober 2022 dari <https://www.icann.org/resources/pages/policy-2012-02-25-en>.

Muk/Apr. 2000. *UU Merek Tidak Mengatur Domain Name*. artikel diakses 5 Oktober 2022 dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/uu-merek-tidak-mengatur-domain-name-hol793>.

Randi Eka. 2020. *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2020*. artikel diakses 26 April 2022 dari <https://dailysocial.id/post/perkembangan-ekonomi-digital-indonesia-tahun-2020>

Sarie. 2011. *Facebook Beli Domain FB.com USD8,5 Juta*. artikel diakses 6 Oktober 2022 dari <https://techno.okezone.com/read/2011/01/12/55/413273/facebook-beli-domain-fb-com-usd8-5-juta>.

Ned Himmelrich. 2021. *Reverse Domain Name Hijacking Can Lead to Liability*. artikel diakses 21 Oktober 2022 dari <https://www.gfrlaw.com/what-we-do/insights/reverse-domain-name-hijacking-can-lead-liability>.

Publikasi

ICANN. 2005. *Domain Name Hijacking: Incidents, Threats, Risks, And Remedial Actions*. Los Angeles. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

Salinan Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 299/PDT.G/2013/PN.Jkt.Pst

WIPO, 2016, *Understanding Industrial Property*, Geneva Switzerland, World Intellectual Property Organization

WIPO, *Guide to WIPO Domain Name Dispute Resolution*, Geneva Switzerland, World Intellectual Property Organization