



BUNGA RAMPAI  
PENDIDIKAN TINGGI HUKUM  
DI INDONESIA

# ERA 4.0



Prof. Dr. Ade Saptomo, S.H., M.Si., dkk.

BUNGA RAMPAI  
PENDIDIKAN TINGGI HUKUM  
DI INDONESIA  
**ERA 4.0**

Prof. Dr. Ade Saptomo, S.H., M.Si., dkk.



**RAJAWALI PERS**  
Divisi Buku Perguruan Tinggi  
**PT RajaGrafindo Persada**  
DEPOK



Menyus  
revolusi  
semua  
mempe  
industri  
ke-18  
diprodu  
ke-19-2  
lebih m  
penggu  
tersimp  
terjadi  
pemanf  
kenyata

Pada E  
kehidup  
kebijaka  
4.0? Pe  
yang d  
mempe  
peluang  
the con  
meromi  
Technol  
nasiona

Lantas,  
Melalui  
Ketua  
meman  
masing  
keterangan  
RAMPAI  
akadem  
mening

Perpustakaan Nasional: Katalog dalam terbitan (KDT)

Ade Saptomo. dkk

Bunga Rampai Pendidikan Tinggi Hukum di Indonesia Era 4.0/Ade Saptomo. dkk  
—Ed. 1, Cet. 1.—Depok: Rajawali Pers, 2019.

xii, 250 hlm., 23 cm.

Bibliografi: hlm. Ada di setiap Bab

ISBN 978-623-231-172-5

Hak cipta 2019, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun,  
termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

2019. 2438 RAJ

Prof. Dr. Ade Saptomo, S.H., M.Si., dkk

**BUNGA RAMPAI PENDIDIKAN TINGGI HUKUM DI INDONESIA ERA 4.0**

Cetakan ke-1, Oktober 2019

Hak penerbitan pada PT RajaGrafindo Persada, Depok

Editor : Hidayati

Setter : Khoirul Umam

Desain cover : Tim Kreatif RGP

Dicetak di Rajawali Printing

**PT RAJAGRAFINDO PERSADA**

Anggota IKAPI

Kantor Pusat:

Jl. Raya Leuwinanggung, No.112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16956

Tel/Fax : (021) 84311162 – (021) 84311163

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

Perwakilan:

Jakarta-16956 Jl. Raya Leuwinanggung No. 112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. Bandung-40132  
Jl. H. Kurdi Timur No. 8 Komplek Kurdi, Telp. 022-5206202. Yogyakarta-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan  
Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. Surabaya-60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700000  
Palembang-30137, Jl. Macan Kumbang III No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. Pekanbaru-28292  
Perum De' Diandra Land Blok C 1 No. 1, Jl. Kartama Marpyan Damai, Telp. 0761-65807. Medan-20144, Jl. Eka Rasmi Gg. No. 3  
Rossa No. 3A Blok A Komplek Johor Residence Kec. Medan Johor, Telp. 061-7871546. Makassar-90221, Jl. Sultan Alauddin  
Komp. Bumi Permata Hijau Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861618. Banjarmasin-70114, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-  
3352060. Bali, Jl. Imam Bonjol Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. Bandar Lampung-35115, Perum. Bilabong  
Block B8 No. 3 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.

## KATA PENGANTAR

Menyusul perkembangan peradaban dunia yang dicirikan dengan hadirnya kekuatan revolusi industri abad ke-21 dimana kemajuan informasi dan teknologi menyelimuti semua warga bangsa seantero dunia, maka secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi perubahan tatanan pendidikan di suatu negara. Tahapan revolusi industri yang dimulai dari tahapan: 1) Revolusi Industri 1.0 yang terjadi pada abad ke-18 ditandai dengan penemuan mesin uap, sehingga sejumlah barang dapat diproduksi dalam jumlah besar, 2) Revolusi Industri 2.0 yang terjadi pada abad ke-19-20 yang ditandai dengan penggunaan listrik sehingga biaya produksi menjadi lebih murah, 3) Revolusi Industri 3.0 yang terjadi pada sekitar tahun 1970-an melalui penggunaan komputerisasi sehingga semua fakta dan data dapat tercatat dan tersimpan dalam perangkat komputer, dan 4) Revolusi Industri 4.0 saat ini, terutama terjadi pada dekade 2010-an yang ditandai dengan rekayasa inteligensia dan pemanfaatan ruang angkasa melalui perangkat internet menjadikan semua kenyataan, informasi, fakta, dan data dapat tersimpan ke dalam big data. Kondisi terakhir demikian ini menjadi perbincangan luas di kalangan akademisi dengan berbagai sebutan, di antaranya disebut Era Revolusi Industri 4.0, Era Revolusi Digital, dan Era Disrupsi.

Pada Era Revolusi Industri demikian ini mempengaruhi dan merambah ke aspek kehidupan sosial, politik, tetapi juga aspek pendidikan. Untuk itu, bagaimana kebijakan pemerintah dalam menyelenggarakan Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0? Pemerintah Indonesia saat ini tengah melaksanakan langkah-langkah strategis yang ditetapkan berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0. Kebijakannya, mempercepat terwujudnya visi nasional yang telah ditetapkan untuk memanfaatkan peluang di era revolusi industri 4.0. Artinya, *how to improve the quality of resources in the contexts of higher education in Indonesian*. Kemenristekdikti berencana untuk merombak kurikulum pendidikan dengan lebih menekankan pada STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics), menyelaraskan kurikulum pendidikan nasional dengan kebutuhan industri di masa mendatang. Dalam konteks penyusunan kurikulum harus sensitif dengan perkembangan dan perubahan yang saya sebut di awal baik kondisi internal maupun eksternal. Sensitif yang saya maksud adalah bahwa kurikulum yang disusun harus adaptif terhadap lingkungan, responsif terhadap perkembangan dan perubahan internal dan eksternal (dalam maupun luar negeri), dan progresif visioner berpikir maju ke depan dengan terobosan-terobosan yang terukur.

Lantas, Apa langkah Asosiasi Pimpinan Pendidikan Tinggi Hukum Indosia (APPTHI)? Melalui APPTHI ini yang anggotanya terdiri dari Dekan-Dekan Fakultas Hukum dan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Perguruan Tinggi Swasta se Indonesia dapat memanfaatkannya untuk bekerja sama ketersediaan Sumber Daya Manusia masing-masing anggota dalam upaya mempercepat transfer keilmuan, kemahiran, keterampilan dalam bidang hukum. Oleh karena itu, buku yang diberi judul Bunga Rampai PENDIDIKAN TINGGI HUKUM DI INDONESIA ERA 4.0 yang diisi oleh segenap akademisi anggota APPTHI ini merupakan langkah dan modal awal dalam upaya meningkatkan sensitivitas terhadap perkembangan dan perubahan peradaban dunia. Pada kesempatan yang baik ini, saya selaku Ketua Umum APPTHI mengucapkan terima kasih atas partisipasi rekan-rekan penulis dalam menyumbangkan gagasan akademiknya untuk memperkaya khazanah

ilmu dan pengetahuan yang tentu akan menambah kemampuan manajerial dalam mengelola institusi akademik kita masing-masing.

Jakarta, Agustus 2019

Ketum APPTHI  
Ade Saptomo

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
1. PENDIDIKAN HUKUM BERSTANDAR GLOBAL DALAM REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Ade Saptomo	1
2. REVOLUSI 4.0 DAN PENDIDIKAN Satrio Soemantri Brodjonegoro	7
3. TANTANGAN PENDIDIKAN TINGGI HUKUM DI ERA 4.0 Sulistiyowati Irianto	13
4. STRATEGI PENDIDIKAN TINGGI HUKUM DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI DINAMIKA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Edie Toet Hendratno	17
5. ORIENTASI BARU PENDIDIKAN HUKUM INDONESIA DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. Basri Johny Krisnan	33

6. <i>BLENDED LEARNING</i> DALAM PROSES PEMBELAJARAN PERGURUAN TINGGI SEBAGAI UPAYA MENYONGSONG ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 I Wayan Putu Sucana Aryana	45
7. REFORMASI PENDIDIKAN HUKUM INDONESIA DALAM TANTANGAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Sri Suatmiati Erli Salia	65
8. INTERAKSI HUMANIS DALAM PENDIDIKAN HUKUM DI ERA DIGITAL DI PERGURUAN TINGGI Umi Enggarsasi Nur Khalimatus Sa'diyah	77
9. PENDIDIKAN KLINIK HUKUM SEBAGAI INSTRUMEN PENTING DALAM PEMBAHARUAN PENDIDIKAN HUKUM INDONESIA Otong Rosadi, Sahnun Sahuri Siregar, dan Dendi Kurniawan	93
10. HARMONISASI HUKUM DAN TEKNOLOGI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 BERKAITAN DENGAN PANCASILA SEBAGAI FUNDAMENTAL NORM Topan Indra Karsa	117
11. URGENSI PENDIDIKAN TINGGI HUKUM DALAM MEMENUHI TUNTUTAN KEMAJUAN/ TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI Hanafi Arief	131
12. KEBIJAKAN STRATEGIS REVOLUSI TEKNOLOGI DIGITAL PENTA HELIX (4.0) DALAM KONFIGURASI ILMU PENGETAHUAN HUKUM Dwi Nurahman Topan Indra Karsa	143

13. DESAIN KURIKULUM PENDIDIKAN TINGGI HUKUM INOVATIF SEBAGAI <i>CONDITIO SINE QUA NON</i> DALAM MENGHADAPI TANTANGAN ERA REVOLUSI 4.0 Marzuki Lubis	153
14. POLITIK HUKUM KURIKULUM PENDIDIKAN TINGGI HUKUM INDONESIA Eddy Asnawi	167
15. INOVASI PEMBELAJARAN PRAKTIK LAPANG BERBASIS ONLINE DALAM KURIKULUM PENDIDIKAN TINGGI HUKUM PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI (4,0) Asmah	177
16. DINAMIKA PENINJAUAN KURIKULUM ANTARA PERKEMBANGAN ILMU HUKUM DENGAN PERKEMBANGAN ERA DIGITAL DAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Surizki Febrianto, Admiral dan Rosyidi Hamzah	185
17. ERA INDUSTRI 4.0 <i>ELECTRONIC COMMERCE</i> DALAM PERSPEKTIF PENDIDIKAN HUKUM PERLINDUNGAN TERHADAP HAK MEREK Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi	193
18. OTONOMI KURIKULUM PADA PENDIDIKAN TINGGI HUKUM INDONESIA DALAM MENGHADAPI TANTANGAN ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Surya Nita	205
19. PERAN HUKUM NASIONAL TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN <i>VIRTUAL OFFICE</i> PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Fani Budi Kartika Fitri Yani	217

## Abstrak

### **Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek**

**Oleh : Dr. Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, SH. MH.**

**Email : [sagungindradewi@gmail.com](mailto:sagungindradewi@gmail.com)**

Industri 4.0 adalah nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik. Industri 4.0 berkaitan erat dengan *electronic commerce* pada perdagangan internasional berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dalam hal ini transaksi jual beli dengan internet adalah salah atau cara mengaplikasikan *electronic commerce* sehingga ia merupakan bagian dari *electronic commerce*, terhadap perlindungan hak merek yang dilabelkan pada lintas jual beli *electronic commerce* dan industry 4.0 maka pemerintah wajib bekerjasama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang undangan yang mengatur perdangan era digital industry 4.0 serta melindungi hak merek seseorang seperti yang tercantum dalam ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendidikan hukum dengan memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek saat perdagangan lalu lintas *electronic commerce* dan industry 4.0 , perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasannya merek merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk barang dan atau jasa tidak terlepas dari merek yang dapat diandalkan. Merek juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek.

**Kata Kunci : Industri 4.0 , *Electronic Commerce* , Pendidikan Hukum, Perlindungan Hak Merek.**

## **Abstract**

### **Industrial 4.0 electronic commerce in the perspective of legal education protection of brand rights**

**By: Dr. Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, SH. MH.**

**Email: [sagungindradewi@gmail.com](mailto:sagungindradewi@gmail.com)**

Industry 4.0 is the name of the latest trend in automation and data exchange in factory technology. Industry 4.0 is closely related to electronic commerce in international trade based on Law No. 7 of 2014 concerning Trade, in this case buying and selling transactions with the internet is wrong or how to apply electronic commerce so that it is part of electronic commerce, protection of brand rights that are labeled on cross-selling electronic commerce and industry 4.0, the government must cooperate with universities especially in law faculties to provide legal education related to the dissemination of laws and regulations governing trade in the digital industry era 4.0 as well as protecting a person's brand rights as stated in the provisions of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. Legal education by providing information on the importance of legal protection for brand rights when trading electronic commerce and industry 4.0 traffic, needs to be done as legal politics that brands are one of the important factors in marketing activities, because the activities of introducing and offering products and / or services are inseparable from reliable brand. Brands are also considerations made by consumers before making a decision to buy. Brands are long-term strategies that have economic value for consumers and brand owners.

**Keywords: Industry 4.0, Electronic Commerce, Legal Education, Protection of**

**Brand Rights.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemerintah meluncurkan roadmap Implementasi Industri 4.0 yang telah dibuat oleh Kementerian Perindustrian dengan nama Making Indonesia 4.0. Program ini sebagai antisipasi kecepatan perubahan industri. Sebuah negara tentu harus melakukan perubahan di berbagai bidang. Apalagi saat ini, ketika Indonesia tengah menghadapi era revolusi industri 4.0 di mana persaingan kian ketat.

Industri 4.0 adalah nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik.<sup>1</sup> Industri 4.0 berkaitan erat dengan *electronic commerce* pada perdagangan internasional berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dalam hal ini transaksi jual beli dengan internet adalah salah satu cara mengaplikasikan *electronic commerce* sehingga ia merupakan bagian dari *electronic commerce*, terhadap perlindungan hak merek yang dilabelkan pada lintas jual beli *electronic commerce* dan *industry 4.0* maka pemerintah wajib bekerjasama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang undangan yang mengatur perdagangan era digital *industry 4.0* serta melindungi hak merek seseorang seperti yang tercantum dalam ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pendidikan hukum dengan memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek saat perdagangan lalu lintas *electronic commerce* dan *industry 4.0*, perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasannya merek merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk barang dan atau jasa tidak terlepas dari merek yang dapat diandalkan. Merek juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum

---

<sup>1</sup> Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

mengambil keputusan untuk membeli. Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek.

Merek adalah sebuah tanda yang dapat membedakan barang dan jasa yang diproduksi dan dimiliki oleh suatu perusahaan terhadap perusahaan lainnya. Kata, huruf, angka, gambar, foto, bentuk, warna, jenis logo, label atau gabungannya yang dapat digunakan untuk membedakan barang dan jasa dapat dianggap sebagai sebuah merek.<sup>2</sup>

Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya.<sup>3</sup> Merek sebagai suatu tanda pembeda atas barang atau jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu klasifikasi barang atau jasa, tidak boleh memiliki persamaan antara satu dengan yang lainnya. Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang yaitu merek yang digunakan/ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang, atau badan hukum.

Definisi Merek dalam ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan Zatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Salah satu pilar utama globalisasi adalah eksistensi penggunaan komunikasi dalam konteks hubungan internasional (termasuk perdagangan) melalui penggunaan kemajuan perangkat teknologi informasi (*technological advancement*). Kemajuan perkembangan model dan perangkat (media) teknologi informasi juga telah mendorong negara-negara

---

<sup>2</sup> World Intellectual Property organization, Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah, Organisasi Hak Kekayaan Intelektual dunia - WIPO, 2008, hlm. 3

<sup>3</sup> Kasmir, Kewirausahaan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 174-175.

melakukan liberalisasi komunikasi yang pada akhirnya menstimulasi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.<sup>4</sup>

Jaringan perdagangan internasional yang semakin mengglobal dan memasuki tahap awal dari puncak globalisasi terutama “sejak lahirnya *World Trade Organization* dan semakin banyaknya diratifikasi hasil- hasil putaran Uruguay oleh sebagian besar negara - negara di dunia”<sup>5</sup>, telah menyebabkan perluasan prasarana perdagangan dunia tersebut. “Salah satu prasarana yang mutlak diperlukan untuk mendukung globalisasi perdagangan adalah infrastruktur komunikasi (*communication infrastructures*)”<sup>6</sup>, seperti halnya *electronic commerce*.

Perlindungan hukum merupakan prinsip perlindungan bagi rakyat terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia.<sup>7</sup> Perlindungan hukum bagi rakyat terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip Negara hukum.<sup>8</sup> Perlindungan hukum bagi rakyat (di Indonesia) landasan pijak adalah Pancasila sebagai dasar ideologi dan dasar falsafah Negara.<sup>9</sup>

Pendidikan hukum dengan memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek saat perdagangan lalu lintas *electronic commerce* dan industry 4.0 , perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasannya merek merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, dari latar belakang tersebut diatas penulis tertarik untuk meneliti terkait Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek.

---

<sup>4</sup> Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (Ecommerce), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, hal. 3.

<sup>5</sup>Huala Adolf et.al, Agustus 1995, Masalah - Masalah Hukum Dalam Perdagangan Internasional, Cet. II, Raja Grafindet. Perkasa, Jakarta, hal.26

<sup>6</sup>Jull, 2000, Dilema Pengembangan Infrastruktur Informasi Indonesia, Info Komputer, Vol. XII./No. 8, Jakarta, hal.34

<sup>7</sup> Philipus M. Hadjon, 1987, Perlindungan hukum bagi Rakyat Indonesia, Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 38.

<sup>8</sup> Ibid, hlm. 71.

<sup>9</sup> Ibid, hlm. 20.

## 1.2 Permasalahan

Bagaimana metode pendidikan hukum era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif perlindungan terhadap hak merek ?

## 1.3 Teoritis

### **Industri 4.0 & *Electronic Commerce***

Industri 4.0 adalah nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik.<sup>10</sup> Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan pola digital economy, artificial intelligence, big data, robotic, dan sebagainya yang dikenal sebagai fenomena disruptive innovation juga akan memberikan dampak pada bidang hukum sebagai rambu-rambu alami yang selalu membersamai tatanan sosial. Globalisasi telah jauh memasuki babak baru dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih.

*E-commerce* adalah suatu proses meliputi produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang serta jasa melalui Elektronik.<sup>11</sup> *E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem Elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana Elektronik, pertukaran data Elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut UNCITRAL (salah satu komisi di bawah PBB yang khusus membahas hukum perdagangan internasional) : *E-commerce* adalah menggunakan semua jenis informasi dalam bentuk data untuk keperluan komersial.

Menurut Ding , *E-commerce* adalah transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau

---

<sup>10</sup> Op.Cit., Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

<sup>11</sup> Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (Ecommerce), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, Hal. 21.

pihak-pihak lainnya dalam hubungan kontrak yang menggunakan media Elektronik atau digital yang dalam prosesnya tidak diperlukan temu muka dan transaksi dilakukan secara lintas batas. Menurut Kalakota dan Whinston *E-commerce* adalah aktivitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk-produk atau jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana Elektronik lainnya.

1. Proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja.
2. Sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan.
3. Sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan online lainnya.<sup>12</sup>

#### **1.4 Metodologi**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum yuridis normatif yaitu mengkaji dan menganalisa bahan-bahan serta issue-issue hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan. Penelitian ini dilakukan untuk memecahkan permasalahan hukum yang timbul sedangkan hasil yang akan di capai adalah preskripsi mengenai apa yang seyogyanya dilakukan.<sup>13</sup> Dalam hal ini penelitian Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek.

Metode pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa tehnik sebagai berikut:

- a. Pendekatan Undang-Undang (*Statute Aproach*)

Yaitu pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi. Penelitian hukum dalam

---

<sup>12</sup> Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011 Perdagangan Elektronik (Ecommerce), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, Hal. 22.

<sup>13</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005, Penelitian hukum, Prenada Media, Jakarta, hlm 7.

level dogmatika hukum tidak dapat melepaskan diri dari pendekatan perundang-undangan karena pokok bahasan yang di telaah berasal dari peraturan perundang-undangan. Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek. Untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lain, atau antara undang-undang dengan undang-undang dasar atau antara regulasi dengan undang-undang.

b. Pendekatan konseptual (*Conseptual Aproach*) yaitu:

yaitu pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, agar menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, dan asas-asas hukum atau argumentasi hukum yang merupakan sandaran peneliti untuk membangun argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.<sup>14</sup> Pendekatan konseptual ini digunakan untuk menemukan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum, kajian prinsip-prinsip hukum berkaitan dengan Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek.

---

<sup>14</sup> Ibid, hlm .95.

## **BAB II PEMBAHASAN**

### **Era industri 4.0 *electronic commerce* dalam perspektif pendidikan hukum perlindungan terhadap hak merek.**

Untuk maju, sebuah negara tentu harus melakukan perubahan di berbagai bidang. Apalagi saat ini, ketika Indonesia tengah menghadapi era revolusi industri 4.0 di mana persaingan kian ketat. Salah satu perubahan itu bisa terbentuk dengan perbaikan sumber daya manusia melalui metode pendidikan, khususnya dalam konteks pendidikan hukum. Komitmen pemerintah untuk memasuki era revolusi industri 4.0 perlu dibarengi dengan pendidikan hukum agar masyarakat paham akan perlindungan hukum dalam menghadapi era industri 4.0 *electronic commerce*.

Menghadapi revolusi industri 4.0 tentu bukan hal mudah. Sederet hal perlu dipersiapkan, misalnya saja dengan merubah metode pembelajaran dalam dunia pendidikan yang ada saat ini khususnya pendidikan hukum. Pemerintah perlu mengedukasi bersama perguruan tinggi hukum, yang paling fundamental adalah Industri 4.0 berkaitan erat dengan *electronic commerce* pada perdagangan internasional berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dalam hal ini transaksi jual beli dengan internet adalah salah atau cara mengaplikasikan *electronic commerce* sehingga ia merupakan bagian dari *electronic commerce*, terhadap perlindungan hak merek yang dilabelkan pada lintas jual beli *electronic commerce* dan industry 4.0 maka pemerintah wajib bekerjasama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang undangan yang mengatur perdangan era digital industry 4.0 serta melindungi hak merek seseorang seperti yang tercantum dalam ketentuan Undang-Undang No. 20

Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Industri 4.0 adalah nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik.<sup>15</sup> Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan pola digital economy, artificial intelligence, big data, robotic, dan sebagainya yang dikenal sebagai fenomena disruptive innovation juga akan memberikan dampak pada bidang hukum sebagai rambu-rambu alami yang selalu membersamai tatanan sosial. Globalisasi telah jauh memasuki babak baru dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih.

*E-commerce* adalah suatu proses meliputi produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang serta jasa melalui Elektronik.<sup>16</sup> *E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem Elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana Elektronik, pertukaran data Elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut UNCITRAL (salah satu komisi di bawah PBB yang khusus membahas hukum perdagangan internasional) : *E-commerce* adalah menggunakan semua jenis informasi dalam bentuk data untuk keperluan komersial.

Prinsip perlindungan hukum pada hak merek berdasarkan teori perlindungan hukum Fitzgerald menjelaskan bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Op.Cit., Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

<sup>16</sup> Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (Ecommerce), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, Hal. 21.

<sup>17</sup> Satjipto Raharjo, 2000, Ilmu Hukum, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.53.

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.<sup>18</sup>

Sejalan dengan era globalisasi dan kemajuan teknologi, dimungkinkan adanya transaksi jual beli tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, pertemuan antara penjual dan pembeli dilakukan melalui suatu media elektronik yaitu internet. Konsep ini dikenal dengan *electronic commerce*. Begitupula jika ditinjau dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 4 “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat”.

Terkait perdagangan yang menggunakan teknologi media *electronic commerce* dalam konteks perdagangan internasional, dalam hal ini patut untuk dipahami pengaturannya pada Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan, karena pada pasal 1 angka 24 Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan menjelaskan perdagangan melalui Sistem Elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Lingkup pengaturan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan dalam konteks perdagangan internasional menggunakan media *electronic commerce* yakni tercantum dalam ketentuan pasal 4 huruf b dan e yaitu perdagangan luar negeri dan perdagangan melalui sistem elektronik.

Suatu perdagangan yang menggunakan media *electronic commerce* tidak mengenal batas ruang dan waktu serta melewati batas yurisdiksi Negara Indonesia dalam

---

<sup>18</sup> Ibid.,

konteks wilayah internet lintas batas Negara. Jangkauan yuridis Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dalam mengatur suatu perdagangan yang menggunakan media *electronic commerce*, dalam hal ini menjangkau dimana tempat kejadian itu berawal terjadi, artinya di Negara mana atau diwilayah mana hal transaksi tersebut berawal terjadi dan atau disepakati maka disanalah locus atau tempat / wilayah itu terjadi. Jangkauan yuridis Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dalam mengatur suatu perdagangan yang menggunakan media *electronic commerce* wajib bersinergi dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, hal ini karena keterkaitan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dengan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjangkau pengaturan perdagangan yang menggunakan media *electronic commerce*.

Perlindungan hukum merupakan prinsip perlindungan bagi rakyat terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Perlindungan hukum bagi rakyat terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip Negara hukum. Perlindungan hukum bagi rakyat (di Indonesia) landasan pijak adalah Pancasila sebagai dasar ideologi dan dasar falsafah Negara.<sup>19</sup> Maka dalam hal ini pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sebagai landasan yuridis dalam memberikan perlindungan hukum terhadap hak merek dalam menghadapi perdagangan era digital *electronic commerce*.

---

<sup>19</sup> Philipus M. Hadjon, 1987, Perlindungan hukum bagi Rakyat Indonesia, Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 38.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Revolusi industri 4.0 tentu bukan hal mudah. Sederet hal perlu dipersiapkan, misalnya saja dengan merubah metode pembelajaran dalam dunia pendidikan yang ada saat ini khususnya pendidikan hukum. Pemerintah perlu mengedukasi bersama perguruan tinggi hukum, yang paling fundamental adalah Industri 4.0 berkaitan erat dengan *electronic commerce* pada perdagangan internasional berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dalam hal ini transaksi jual beli dengan internet adalah salah satu cara mengaplikasikan *electronic commerce* sehingga ia merupakan bagian dari *electronic commerce*, terhadap perlindungan hak merek yang dilabelkan pada lintas jual beli *electronic commerce* dan industry 4.0 maka pemerintah wajib bekerjasama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang undangan yang mengatur perdangan era digital industry 4.0 serta melindungi hak merek seseorang seperti yang tercantum dalam ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

#### **3.2 Saran**

Disarankan untuk menghadapi perubahan yang dibawa industri 4.0, perlu meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) melalui program link and match antara pendidikan dan industri. Kebijakan link and match ini dilaksanakan untuk memastikan agar kompetensi yang dimiliki SDM Indonesia sudah sesuai dengan kebutuhan industri berbasis teknologi digital, seperti halnya revolusi industri 4.0. Terkait peraturan pelaksanaan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,

perlu ada uji publik dan masukan dari pakar , pihak-pihak yang berkepentingan, serta ahli hukum bidang hak kekayaan intelektual dalam pembentukan peraturan pelaksanaannya dan peraturan lainnya yang berkaitan dengan hak merek pada era industry 4.0 & *electronic commerce* .

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ali, Menguak Takbir Hukum (Suatu Kajian Filosofis Dan Sosiologis), Chandra Pratama, Jakarta, 1996.
- Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (Ecommerce), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, Hal. 21.
- Dyah Ochtorina Susanti, Teori Perlindungan Hukum, Bahan ajar mata kuliah Teori Hukum, disampaikan di Program Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Islam Kadiri (UNISKA), Kediri, 2011.
- Huala Adolf et.al, Agustus 1995, Masalah - Masalah Hukum Dalam Perdagangan Internasional, Cet. II, Raja Grafindet. Perkasa, Jakarta.
- Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.
- Kasmir, Kewirausahaan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.
- Philipus M. Hadjon, Perlindungan hukum bagi Rakyat Indonesia, Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- Peter Mahmud Marzuki, 2005, Penelitian hukum, Prenada Media, Jakarta, 2005.
- Philipus M. Hadjon, Perlindungan hukum bagi Rakyat Indonesia, Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.
- World Intellectual Property organization, Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah, Organisasi Hak Kekayaan Intelektual dunia - WIPO, 2008.