



**BUNGA RAMPAI
PENDIDIKAN TINGGI HUKUM
DI INDONESIA**

ERA 4.0



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

13. DESAIN KURIKULUM PENDIDIKAN TINGGI HUKUM INOVATIF SEBAGAI CONDITIO SINE QUA NON 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 ELECTRONIC COMMERCE 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 VIRTUAL OFFICE PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Fani Budi Kartika Fitri Yani	217

ERA INDUSTRI 4.0 ELECTRONIC COMMERCE DALAM PERSPEKTIF PENDIDIKAN HUKUM PERLINDUNGAN TERHADAP HAK MEREK

Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi¹⁹⁰

Abstrak

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 industri 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 industri 4.0 , perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasanya 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

¹⁹⁰Dosen Fakultas Hukum Universitas Dwijendra, Bali.

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.

Abstrack

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.

A. 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.¹⁹¹ 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 industri 4.0 maka pemerintah wajib bekerja sama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang-undangan yang mengatur perdagangan era digital industri 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 industri 4.0, perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasanya 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.

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.¹⁹²

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.¹⁹³

¹⁹¹*Op.Cit.*, Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

¹⁹²World Intellectual Property organization, Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek untuk Usaha Kecil dan Menengah, Organisasi Hak Kekayaan Intelektual dunia - WIPO, 2008, hlm. 3.

¹⁹³Kasmir, *Kewirausahaan*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 174-175.

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 atau 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 melakukan liberalisasi komunikasi yang pada akhirnya menstimulasi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

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”,¹⁹⁴ telah menyebabkan perluasan prasarana perdagangan dunia tersebut. “Salah satu prasarana yang mutlak diperlukan untuk mendukung globalisasi perdagangan adalah infrastruktur komunikasi (*communication infrastructures*)”¹⁹⁵, 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.¹⁹⁶

¹⁹⁴Huala Adolf et.al, Agustus 1995, *Masalah-Masalah Hukum Dalam Perdagangan Internasional*, Cet. II, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm.26.

¹⁹⁵Jull, 2000, *Dilema Pengembangan Infrastruktur Informasi Indonesia*, Info Komputer, Vol. XII./No. 8, Jakarta, hlm.34.

¹⁹⁶Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 38.

Perlindungan hukum bagi rakyat terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum.¹⁹⁷ Perlindungan hukum bagi rakyat (di Indonesia) landasan pijak adalah Pancasila sebagai dasar ideologi dan dasar falsafah negara.¹⁹⁸

Pendidikan hukum dengan memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek saat perdagangan lalu lintas *electronic commerce* dan industri 4.0, perlu dilakukan sebagai politik hukum bahwasanya 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.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum yuridis normatif yaitu mengkaji dan menganalisa bahan-bahan serta isu-isu hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan. Penelitian ini dilakukan untuk memecahkan permasalahan hukum yang timbul sedangkan hasil yang akan dicapai adalah preskripsi mengenai apa yang seyogianya dilakukan.¹⁹⁹ 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 pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*) yaitu pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi. Penelitian hukum dalam 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.

Kedua, pendekatan konseptual (*Conseptual Approach*) yaitu pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-

¹⁹⁷*Ibid*, hlm. 71.

¹⁹⁸*Ibid*, hlm. 20.

¹⁹⁹Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Prenada Media, Jakarta, hlm 7.

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.²⁰⁰ 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.

B. Pembahasan

Industri 4.0 & *Electronic Commerce*

Industri 4.0 adalah nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik.²⁰¹ 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 memersamai 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.²⁰² *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.

²⁰⁰*Ibid*, hlm .95.

²⁰¹*Op.Cit.*, Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

²⁰²Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (*E-commerce*), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, hlm. 21.

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

1. Aktivitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk-produk atau jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya.
2. Proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja.
3. Sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan.
4. Sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan online lainnya.²⁰³

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 mengubah 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

²⁰³Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011 Perdagangan Elektronik (*E-commerce*), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, hlm. 22.

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 industri 4.0 maka pemerintah wajib bekerja sama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang-undangan yang mengatur perdangan era digital industri 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.²⁰⁴ 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.²⁰⁵ *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

²⁰⁴*Op.Cit.*, Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fettke, Thomas Feld, Michael Hoffmann: Industry 4.0. In: Business & Information, Wikipedia, 2018.

²⁰⁵Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, Perdagangan Elektronik (*E-commerce*), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, hlm. 21.

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.²⁰⁶

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.²⁰⁷

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.

²⁰⁶Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.53.

²⁰⁷*Ibid.*

Suatu perdagangan yang menggunakan media *electronic commerce* tidak mengenal batas ruang dan waktu serta melewati batas yuridiksi Negara Indonesia dalam 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 di wilayah 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.²⁰⁸ 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*.

C. Penutup

Kesimpulan

Revolusi industri 4.0 tentu bukan hal mudah. Sederet hal perlu dipersiapkan, misalnya saja dengan mengubah 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*

²⁰⁸Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 38.

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 industri 4.0 maka pemerintah wajib bekerja sama dengan perguruan tinggi khususnya fakultas hukum untuk memberikan pendidikan hukum terkait sosialisasi peraturan perundang-undangan yang mengatur perdagangan era digital industri 4.0 serta melindungi hak merek seseorang seperti yang tercantum dalam ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

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 industri 4.0 & *electronic commerce* .

Daftar Pustaka

- Adolf, Huala et.al, Agustus 1995, *Masalah-Masalah Hukum Dalam Perdagangan Internasional*, Cet. II, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Ali, Ahmad. 1996, *Menguak Takbir Hukum (Suatu Kajian Filosofis Dan Sosiologis)*, Chandra Pratama, Jakarta,
- Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2011, *Perdagangan Elektronik (E-commerce)*, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta,
- Hadjon, Philipus M. 1987 *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.

- Kasmir, 2006., *Kewirausahaan*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Lasi, Heiner. Kemper, Hans-Georg. Fettke, Peter. Feld, Thomas Hoffmann, Michael : 2018., *Industry 4.0. In: Business & Information*,
Wikipedia,
- Marzuki, Peter Mahmud 2005, *Penelitian Hukum*, Prenada Media, Jakarta
- Raharjo, Satjipto. 2002., *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Susanti, Dyah Ochtorina. 2011, *Teori Perlindungan Hukum*, Bahan ajar mata kuliah Teori Hukum, disampaikan di Program Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Islam Kediri (UNISKA), Kediri.
- World Intellectual Property organization, 2008., *Membuat Sebuah Merek: Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Organisasi Hak Kekayaan Intelektual dunia - WIPO,