

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PRODUK PALSU

Jodi Susanto¹, Abraham Kekka², Moh. Saleh³

^a Fakultas Hukum, Universitas Tadulako, Indonesia. E-mail: jodisusanto25@gmail.com

Article	Abstract
<p>Keywords: Tanggung Jawab, Produk Palsu</p> <p>Artikel History Received: 15 Maret 2025 Reviewed: 05 April 2025 Accepted: 30 April 2025</p> <p>DOI: .../LO.Vol2.Iss1.% .pp%</p>	<p><i>This research uses Normative Legal research methods. Based on the results of the research conducted by the author, the following results are obtained 1) The responsibility of business actors must be ready to provide fair compensation to consumers who are victimized and comply with applicable regulations, both to avoid legal sanctions and to maintain business reputation and credibility. 2) Legal protection for consumers against the sale of counterfeit products in accordance with the provisions of Article 19 of Law Number 8 Year 1999 on Consumer Protection “Every act that violates the law and brings harm to another person obliges the person who causes the harm through his fault to replace the loss.” Regarding legal sanctions that can be imposed on business actors if they have been proven to have committed criminal acts for the sale of counterfeit products.</i></p> <p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian Hukum Normatif . Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis diperoleh hasil sebagai berikut 1) Tanggung jawab pelaku usaha harus siap untuk memberikan kompensasi yang adil kepada konsumen yang dirugikan dan mematuhi peraturan yang berlaku, baik untuk menghindari sanksi hukum maupun untuk menjaga reputasi dan kredibilitas usaha. 2) Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penjualan produk palsu sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.” Mengenai sanksi hukum yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha apabila telah terbukti melakukan perbuatan pidana atas penjualan produk palsu.</p>

©2024; This is an Open Acces Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution Licencee (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and re-production in any medium, provided the original works is properly cited.

LPENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak atas kekayaan dalam proses yang timbul dari pikiran manusia yang dapat menghasilkan suatu produk atau penemuan yang berguna bagi manusia dalam menjalani kehidupan. Hak Kekayaan Intelektual pada dasarnya adalah

Peraturan Perundang-Undangan yang diberikan kepada seseorang atau sekelompok orang atas karya ciptanya, serta menghormati suatu karya ciptaan pada kreativitas intelektualnya.

Hak Kekayaan Intelektual dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yakni: Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak Kekayaan Industri yang meliputi: Paten, Desain Industri, Merek, Perlindungan Varietas Tanaman, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Rahasia Dagang.¹ Dari penggolongan Hak Kekayaan Intelektual dapat diketahui bahwa salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual adalah merek. Merek dagang merupakan alat bisnis yang efisien serta dapat memberitahu sebuah pesan yang memfokuskan pada suatu produk, teknologi, kebudayaan, dan individu. Merek sepatutnya memiliki sebuah perbedaan agar konsumen dapat membedakan suatu barang dan jasa yang berasal dari perusahaan tertentu, serta memperoleh perbedaan dengan barang dan jasa lainnya. Maka dari itu merek memiliki fungsi sebagai jaminan kualitas dari barang atau produk, serta merek juga menjadi alat pemasaran yang penting karena dapat membuat konsumen terpengaruh untuk membeli atau tidak suatu produk tersebut.²

Secara historis, peraturan perundang-undangan di bidang Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HAKI) di Indonesia telah ada sejak tahun 1840. Menurut Asyhadie (2014) pemerintah kolonial Belanda memperkenalkan undang-undang pertama mengenai perlindungan HAKI pada tahun 1844. Terkait Hak Kekayaan Intelektual tersebut salah satu hak yang sangat di lindungi di Indonesia ialah HAKI tentang Hak Merek. Hal itu dikarenakan merek merupakan suatu hak yang sangat penting dalam kegiatan usaha ataupun perdagangan. Sehingga dengan demikian Pemerintah membentuk peraturan perundang-undangan untuk mengikatnya secara hukum. Ketentuan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Undang-Undang ini mencabut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek.

Pelanggaran terhadap merek atau pemalsuan merek dapat sangat merugikan perusahaan asli yang pertama kali memperkenalkan atau memproduksi merek tersebut. Hal yang sama juga berlaku bagi konsumen, yang seringkali tidak memahami dengan jelas keaslian merek tersebut. Mereka bisa tertipu dengan membeli produk yang tampaknya berasal dari merek terkenal, namun ternyata itu adalah produk palsu (sering disebut barang KW).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengatur mengenai merek dan Indikasi Geografis dengan tujuan untuk melindungi pemilik merek, dengan pertimbangan bahwa dalam era perdagangan global dan sesuai dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peran Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting. Hal ini berkaitan dengan upaya menjaga persaingan usaha yang sehat, adil, serta memberikan perlindungan bagi konsumen, serta usaha mikro, kecil, menengah, dan industri domestic.

Diera globalisasi saat ini, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia, semakin banyak orang yang melakukan transaksi jual-beli secara online. Transaksi online menjadi pilihan utama karena menawarkan kemudahan dan kepraktisan, serta bisa dilakukan kapan saja selama terhubung dengan internet. Namun, di sisi lain, hal ini juga membawa dampak negatif, yaitu dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen³.

¹ Tim Penyusun, Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2013, hlm. iii.

² Nia Kurniati, dkk. Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Teri Biru Seira dan Kerupuk Ikan Tanimbar sebagai Industri Kreatif Masyarakat di Kota Saumlaki, Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum, Volume 4 Nomor 3, Edisi April, Tahun 2017, hlm. 519, dapat didownload pada website <http://jurnal.unpad.ac.id/pjih/article/view/14927/7210> pada tanggal 15 Januari 2025 pukul 20.52 WIB.

³ Husni Syawali dan Neni Sri Maniyati, 2000, Aspek Hukum Transaksi Online, CV. Mandar Maju, Bandung, hal. 41

Saat ini, sangat mudah ditemukan penjual yang menjual barang bermerek terkenal tanpa seizin pemilik merek asli. Contohnya, penjual yang menawarkan barang palsu seperti pakaian, celana, tas, dan sepatu di pinggir jalan, maupun melalui transaksi online untuk memperdagangkan barang-barang palsu tersebut dengan harga murah. Meskipun transaksi online memberikan dampak positif, seperti memudahkan dan mempercepat proses pembelian barang yang diinginkan, namun juga memiliki dampak negatif bagi konsumen, seperti yang sering terjadi dalam kasus-kasus transaksi jual beli online, di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan

II.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif adalah bentuk penulisan hukum yang mendasarkan penelitian pada karakteristik ilmu hukum yang normatif yang dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum lainnya.⁴ Penelitian hukum normatif (*legal research*) biasanya merupakan studi dokumen, yakni menggunakan sumber bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan, keputusan, ketetapan pengadilan, kontrak, perjanjian akad, teori hukum, dan pendapat para sarjana.⁵

III.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Upaya Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melanggar Hak Merek Orang Lain

Tanggung jawab pelaku usaha yaitu, kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha ketika konsumen menderita kerugian setelah mengkonsumsi produk barang dan jasa yang ditawarkan. Tanggung jawab ini dapat terkait siapa yang dapat diminta bertanggung jawab, berapa besar tanggung jawab serta bagaimana cara mengganti kerugian tersebut. Saat ini konsumen merupakan yang paling banyak mengalami kerugian yang disebabkan produk atau jasa dari pelaku usaha itu sendiri. Ini disebabkan karena pelaku usaha mempunyai posisi yang lebih kuat dibanding konsumen.

Penegakan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual adalah merupakan komitmen dan konsekuensi bagi Indonesia yang harus dipenuhi setelah ikut menandatangani pembentukan WTO melalui ratifikasi perjanjian multilateral tersebut dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pembentukan WTO. Dengan demikian, Indonesia telah berpartisipasi dalam menerapkan prinsip perdagangan bebas dalam kerangka perjanjian di bidang perdagangan Internasional. Efek dari perjanjian tersebut bagi semua negara anggota WTO adalah memungkinkan bagi negara anggota untuk mengeksport barang dan jasa ke Indonesia dengan tarif rendah⁶. Mengatur masalah tentang merek ini, pemerintah telah mengatur dalam undang-undang tersendiri, yakni Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Secara teoritis, Undang-Undang 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan terhadap pemilik merek. Perlindungan hukum berlaku bagi Hak Kekayaan Intelektual yang sudah terdaftar dan dibuktikan dengan adanya sertifikat. Merek terdaftar menunjukkan legalitas bagi pemiliknya yang berarti hukum hanya menganggap sah, melindungi, dan memberikan kepastian bahwa orang yang mendaftarkan mereknya itulah sebagai pemilik yang berhak atas merek tersebut.

Dalam Pasal 1 butir (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-

⁴ Panduan penulisan tugas akhir, Fakultas Hukum, Universitas Tadulako, Tahun 2020

⁵ Muhaimin, "*Metode Penelitian Hukum*", (mataram: mataram university press, 2020, hlm. 45.

⁶ Edy Santoso, Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Terkenal Melalui Peran Kepabeanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan Dan Kedaulatan Negara (Law Enforcement on Trademark Infringement Through the Role of Customs as an Effort to Maintain Security and Sovereignty of the State), Jurnal Rechts Vinding, Volume 5, Nomor 1, 2016, hal 2.

huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Merek mempunyai peranan dan fungsi penting dalam ekonomi. Merek yang terkenal mempertahankan barangnya dan merupakan suatu generasi bagi masyarakat. Sebagai konsepsi dasar maka dapat dikemukakan 3 hal, yaitu:

1. Merek yang dipakai harus mempunyai daya pembeda dari merek lainnya;
2. Merek yang dipakai harus original yang berarti belum dipakai sebelumnya oleh orang atau perusahaan lainnya;
3. Si pemilik dari merek adalah dianggap sebagai pemilik merek yang bersangkutan;

Kaitannya dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), khususnya di bidang mutu barang, hak merek juga dapat terjadi, bagi konsumen pemakai barang dan/atau jasa yang haknya merasa dirugikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, karena dipalsukan oleh pelaku usaha yang memperdagangkan dagangannya.

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang mencakup, hak cipta, hak paten, hak merek, hak rahasia dagang, dan desain industri. Khususnya pelanggaran dalam hak merek akan berdampak luas bagi konsumen. Hak merek adalah bagian dari hak atas kekayaan intelektual merupakan substansi yang mudah dipahami.

Apalagi dalam hal merek sebuah produk yang sering digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, dengan tanda, dan warna yang melekat pada produk sebagai pembeda antara barang satu dengan barang lainnya. Hal ini jika produk merek tersebut dipalsukan akan mudah untuk kelihatan sekali, dan membedakan bahwa asli atau tidaknya merek yang digunakan konsumen.

Undang-Undang Merek mengatur, agar tidak saling merugikan antara pemakai merek, dengan adanya peraturan ini sangat bermanfaat bagi para konsumen, sehingga para konsumen dapat mengetahui dari kekeliruan maupun kesalahan kesalahan dalam menggunakan dan membeli produk merek.

Disebabkan konsumen yang biasanya sudah biasa menggunakan merek tertentu yang dikenalnya. Barang atau 1 produk merek tertentu yang digunakan konsumen sangat menguntungkan bagi merek produsen, karena penggunaan tertentu yang sudah dikenalnya juga berfungsi sebagai penghubung antara barang dengan pemilik hak merek atau terdaftar sebagai pemilik merek. Saat ini pemalsuan merek sudah sering kali terjadi, tidak jarang produk merek terkenal dipalsukan dan diperdagangkan, sehingga bagi pemakai atau konsumen yang menggunakan produk merek tersebut sangat dirugikan dengan barang yang palsu dan bisa membahayakan bagi pemakainya. Perlindungan hukum terhadap sebuah merek perlu dilakukan, karena merupakan kunci sukses sebuah merek menjadi pemimpin pasar, karena dengan adanya merek akan senantiasa mendapatkan konsumen yang loyal.

Melalui konsumen dapat mengetahui kualitas dan keaslian produk merek tersebut, karena berdasarkan pengalamannya menggunakan merek yang diyakini konsumen sebagai merek dengan membedakan tanda maupun warna yang menempel pada merek.

Merek adalah suatu tanda yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar pada daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk merek ini menggunakannya.

Asal usul merek bermula pada abad pertengahan di Eropa, pada saat perdagangan dengan dunia luar mulai berkembang. Awalnya perlindungan atas merek di Inggris pada perkembangan awalnya untuk melawan pemalsuan atau peniruan. Kasus yang pertama di

selesaikan di Pengadilan Inggris adalah kasus Lord Hardwicke L.C. in Blanchard versus Hill pada tahun 1742⁷.

Sedangkan peraturan yang digunakan adalah Merchandise Marks Act pada Tahun 1862. Undang-undang ini terus diperbarui, hingga tahun 1984 atas rekomendasi *The Mathys Departemen Committee*, Undang-Undang ini kemudian diperbaharui lagi dengan memasukkan system Pendaftaran merek Jasa⁸.

Di Indonesia Perlindungan Merek semula diatur dalam *Reglement Industrieie Eigendom Kolonien* 1912 yang kemudian diperbaharui pada tahun 1961, yang Tujuannya adalah untuk melindungi para pemakai atau para konsumen dari tiruan barang-barang yang memakai merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang yang bermutu. Selanjutnya diperbaharui lagi menjadi Undang-undang Nomor 9 tahun 1992 tentang Merek.

Kemudian mengalami penyempurnaan lagi menjadi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek, penyempurnaan ini disesuaikan dengan Paris Convention dan kekurangan atas beberapa ketentuan yang tidak sesuai lagi dengan kebutuhan dan praktek-praktek Internasional. Akhirnya mengalami perubahan yang menyeluruh yaitu dengan disahkannya Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 Tentang Merek. Dan terakhir Undang-Undang ini diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) pada 25 November 2016. Perubahan ini diharapkan untuk mengantisipasi perkembangan teknologi di Indonesia, informasi dan telah menjadikan kegiatan di sector perdagangan semakin meningkat secara pesat terhadap produk merek. Hal ini perlu ditegaskan untuk menjaga dan melindungi konsumen.

Kasus merek di Indonesia banyak terjadi baik di bidang industry produk yang telah beredar dipasaran seperti dalam kasus pemalsuan Merek Produk *Milk Bath merek Body shop* di Jakarta. *Milk Bath* adalah salah satu produk kosmetik yang dikeluarkan oleh *The Body shop Internasional PLC*. Suatu perusahaan kosmetik terkenal di Inggris *Milk Bath* digunakan untuk keperluan mandi yang mempunyai sifat larut dalam air, dan berfungsi untuk memutihkan badan.

Bagi konsumen pemakai barang atau produk ini merasa curiga dengan bentuk dan kemasan warna yang terdapat pada *Dunkin Donut* tersebut, sehingga si pemilik merek melayangkan surat peringatan terhadap produk donats Donuts. Yogyakarta, lalu diselesaikan di luar pengadilan.

Kemudian ada lagi kasus produk minimum merek cap Kaki Tiga yang juga dipalsukan dengan perbedaan warna dan kemasan produk aslinya. Selanjutnya masih banyak lagi kasus-kasus merek seperti halnya pada pemalsuan merek *Tupperware versus tulipware* di Bandung. Produk merek *Tupperware* yang diproduksi di AS adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis alat-alat rumah tangga, yang terbuat dari jenis plastic, yang berupa, tempat menyimpan makanan, buah buahan dan mainan anak-anak, serta tempat-tempat tanaman yang juga di desain terbuat dari bahan plastic yang berkualitas dan bermutu tinggi.

Merek *Tupperware* sudah terdaftar di Dirjen HAKI, sedangkan merek Tulipware baru akan mendaftarkan ke Dirjen HAKI, lalu ditemukan pelanggaran-pelanggaran tersebut oleh PT. Imawi Benjaya selaku distributor tunggal di Indonesia yang memperdagangkan merek *Tupperware* di Indonesia, dengan kesamaan produk merek Tulipware yang diproduksi oleh CV. Classic Anugerah Sejati yang berlokasi di Bandung. Adapun bentuk bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh merek *Tulipware* yaitu terdapat kesamaan kemasan pada produk *Tupperware* dengan produk tulipware, sehingga membingungkan konsumen selaku pemakai produk merek aslinya *Tupperware*⁹.

⁷ Usman Rachmadi, "Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia," Alumni: Bandung (2003).

⁸ Abd Haris Hamid and M H SH, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, vol. 1 (SAH MEDIA, 2017).

⁹ S Hartono, "Perlindungan Konsumen Dan Peradilan Di Indonesia" (BPHN, Jakarta, 2000)

Istilah merek dalam bahasa Indonesia yang berarti tanda yang dikenakan bagi pelaku usaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Dengan demikian misalnya merek rokok, merek tas, merek sepatu, merek tinta printer, merek arloji, dan sebagainya. Pengertian merek sendiri menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2002 Tentang Merek, menyatakan: "Merek adalah 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 dan jasa".

Dalam Undang-Undang Merek, disebutkan ada tiga macam Merek yaitu Merek Dagang, Merek Jasa dan Merek Kolektif. Disebutkan dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Ketentuan ini sebagai jaminan perlindungan hukum bagi pemilik hak atas merek di Indonesia. Secara hukum, hal ini pemakaian merek dipegang oleh pemilik atau pemegang hak atas merek, dan masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui kualitas barang, dan/atau jasa bersangkutan baik yang melalui pengalamannya pernah menggunakan merek tersebut maupun melalui konsumen lainnya.

Merek menjadi sangat penting, sehubungan dengan perlu adanya perlindungan hukum bagi pemilik atau pemegang merek, dan perlindungan hukum terhadap konsumen atas suatu barang dan/atau jasa yang memakai suatu merek agar tidak terkecoh dengan merek-merek lain. Dalam dunia usaha mempunyai tujuan utama adalah untuk mencari keuntungan, sehingga banyak sekali pelaku usaha yang kurang memahami arti penting hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang menggunakan merek produknya.

Manfaat merek bagi Konsumen sangat penting, karena selain memiliki nilai yang kuat merek juga memiliki manfaat bagi produsen atau pelaku usaha, dan konsumen. Manfaat merek yaitu, bagi konsumen merek dapat menceritakan sesuatu tentang suatu mutu produk maupun jasa. Bagi pelaku usaha manfaat merek yaitu: 1) Merek memudahkan penjual dalam mengolah pesanan dan menelusuri masalah yang timbul; 2) Merek dapat memberikan perlindungan hukum atas keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk; 3) Merek memungkinkan untuk menarik sekelompok pembeli yang setia dan menguntungkan; 4) Merek membantu penjual dalam melakukan segmentasi pasar¹⁰. Undang-Undang Merek dibuat untuk mengatur pemakaian merek agar para pemakai merek tidak saling merugikan, namun pengaturannya berdasarkan aturan yang berlaku yang telah ditentukan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hak pemakaian atas merek ini juga telah diatur dalam peraturan ini sebagaimana yang disebutkan, Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Jelas bahwa dengan adanya merek palsu yang diperdagangkan tentunya produsen yang pertama kali mendaftarkan hasil produksinya akan mengetahui, dan begitu juga bagi konsumen jika terjadi perdagangan barang tertentu yang bermerek palsu yang diperdagangkan, oleh produsen, maka konsumen akan mengetahui, karena menggunakan barang tertentu yang biasanya digunakan yang kualitasnya berbeda.

Selain itu tanda pada merek produk tersebut sebagai pembeda antara produk satu dengan produk lainnya yang berasal dari produsen tertentu yang merupakan ciri produk yang dihasilkan. Komposisi dasar dari merek suatu produk yaitu dengan cara menampilkan keistimewaan dari produk yang diperdagangkan serta untuk membangkitkan hubungan antara produk tertentu dengan konsumennya.

¹⁰ Bilson Simamora, "Tujuh Langkah Membangun Merek Yang Kuat" (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).

Kedua unsur tersebut merupakan komponen utama dari suatu produk merek barang dan atau jasa dari perusahaan yang diberi merek tertentu. Merek adalah suatu tanda yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa, yang hal ini dilindungi oleh Undang-undang Merek. Namun dalam Undang-Undang Merek tidak disebutkan perlindungan bagi konsumen terhadap peredaran barang-barang palsu.

2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penjualan Produk Palsu

Terjadinya pemalsuan produk bermerek merupakan suatu tindakan pelanggaran dalam bidang merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tindakan pemalsuan merek juga dapat dilihat sebagai suatu perbuatan pelanggaran hak asasi pencipta. Hal tersebut dapat dilihat dalam Pasal 27 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia yang berbunyi bahwa, *“everyone has the right to the protection of the moral and material interests resulting from any scientific, literary or artistic production of which he is the author”*. Dapat dipahami “Semua orang berhak mendapatkan hak proteksi moral dan material bagi hasil dari yang mereka ciptakan, karena mereka adalah penciptanya.”

Dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, pemalsuan produk bermerek melanggar Ketentuan Pidana Pasal 100, Pasal 101 dan Pasal 102. Pasal 103 mengatur tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan. Delik aduan yang terdapat pada Pasal 100, Pasal 101 dan Pasal 102 merupakan delik aduan relatif.¹¹ Delik aduan relatif dapat dipahami sebagai suatu kejahatan yang dilangsungkan, pada dasarnya bukanlah suatu kejahatan aduan, akan tetapi terhadap suatu hal tertentu, termasuk delik aduan yang baru dapat ditindak lanjut jika ada pengaduan atau laporan dari korban tindak pidana. Dikarenakan termasuk delik aduan, maka pemilik merek harus melaporkan pelanggaran yang terjadi agar dapat dilakukan penegakan hukum. Dalam kasus pemalsuan produk, aparat penegak tidak bisa mengambil tindakan hukum jika pemilik merek tidak memberikan laporan.

Hak merek memiliki perlindungan hukum yang merujuk kepada hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus merek tersebut memiliki sifat monopoli, yang berarti suatu hak semata-mata sekadar bisa dimanfaatkan oleh pemilik merek. Selain pemilik merek tersebut, maka yang lain tidak dapat menggunakan atau memanfaatkan hak khusus merek tersebut tanpa adanya izin dari pemilik merek. Apabila terdapat pihak yang tanpa seizin pemilik merek menggunakan hak khusus merek tersebut, maka telah terjadi pelanggaran yang terhadap Dalam perspektif hukum pidana, pemberian hukuman terhadap pelaku kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Pasal 100 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, sanksi yang diberikan yaitu “hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah kepada barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan”.¹²

Dalam perspektif hukum pidana, pemberian hukuman terhadap pelaku kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Pasal 100 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, sanksi yang diberikan yaitu “hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah kepada barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan”.

¹¹ Janed, Hukum Merek, 4

¹² Agung Sudjatmiko, “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek,” Yuridika 15, no. 5 (2000), 349

Terkait dengan perdagangan produk dengan merek palsu secara online, berkaitan dengan Pasal 46, 47, dan 49 Peraturan Pemerintah No. 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menyatakan sebagai berikut: Dalam pasal 46 Peraturan Pemerintah No. 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa “transaksi elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak dan selanjutnya yang mana penyelenggaraan transaksi elektronik tersebut dilakukan wajib memiliki iktikad baik, transparansi, prinsip kehati-hatian, akuntabilitas, dan kewajaran”.

Dalam Pasal 47 ayat (1) Peraturan Pemerintah No.82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa “transaksi elektronik dapat menggunakan acuan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak”. Selanjutnya Pada ayat (2) terdapat “kontrak antara pihak yang dianggap sah apabila: a) terdapat kesepakatan para pihak; b) dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; c) terdapat hal tertentu; dan, d) objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum”.¹³

Dalam Pasal 49 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Selanjutnya Pada ayat (2) lebih ditegaskan lagi bahwa “pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan”. Apabila konsumen tidak menerima barang sesuai dengan yang telah diperjanjikan, maka Pasal 49 ayat (3) mengatur yakni “pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”. Jalan lain yang dapat ditempuh oleh konsumen adalah mengajukan gugatan perdata kepada pelaku terhadap terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli barang apabila barang yang diterima ternyata tidak sesuai dengan perjanjian awal sesuai dalam foto.¹⁴ Dalam pelaksanaannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi sanksi Undang-Undang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengacu pada filosofi pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Semua ini dalam rangka membangun seutuhnya yang manusia Indonesia berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar Negara Pancasila dan konstitusi Negara pancasila yang terdapat di dalam Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut Sudikno Martokusumo Asas hukum sebagai asas perlindungan. konsumen serta norma-norma hukum yang dan mengatur tersebar di berbagai hukum pokok. Asas-asas yang kaidah hukum hubungan dan masalah konsumen yang tersebar dalam berbagai bidang hukum, tidak tertulis. baik tertulis maupun keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum ini yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.

Perlindungan konsumen ini terkait dengan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual), yang mencakup antara lain, hak cipta, hak merek, hak paten, dan desain industry. Khususnya di bidang penggunaan mutu merek dalam hal merek dagang yang diperdagangkan oleh produsen atau pelaku usaha benar-benar harus di terapkan perlindungan hukum bagi pemegang HAKI atau inventor yang hasil karya-karyanya banyak dipalsukan oleh pelaku usaha lain. Merek

¹³ Suwari Akhmaddhian, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Indonesia,” Unifikasi: Jurnal Ilmu Hukum 3, no. 2 (2016), 46

¹⁴ I Made Mahartayasa Belly Riawan, “Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia,” Kertha Semaya 3, no. 1 (2015), 3

dagang merupakan salah satu hak yang sangat terkait dengan perlindungan konsumen, karena merek menyangkut kebutuhan konsumen.

IV.PENUTUP

Kesimpulan

Upaya hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar hak merek terkait pemalsuan produk, pemalsuan merek sudah sering kali terjadi, tidak jarang produk merek terkenal dipalsukan dan diperdagangkan, sehingga bagi pemakai atau konsumen yang menggunakan produk merek tersebut sangat dirugikan dengan barang yang palsu dan bisa membahayakan bagi pemakainya. Perlindungan hukum terhadap sebuah merek perlu dilakukan, karena merupakan kunci sukses sebuah merek menjadi pemimpin pasar, karena dengan adanya merek akan senantiasa mendapatkan konsumen yang loyal. Undang-Undang Merek dibuat untuk mengatur pemakaian merek agar para pemakai merek tidak saling merugikan, namun pengaturannya berdasarkan aturan yang berlaku yang telah ditentukan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hak pemakaian atas merek ini juga telah diatur dalam peraturan ini sebagaimana yang disebutkan, Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penjualan produk palsu, Pemerintah memberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sejak tahun 1999 sebagai landasan hukum bagi konsumen di Indonesia. Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan usaha dalam rangka memberikan jaminan perlindungan bagi hak-hak konsumen yang sekaligus juga meningkatkan pemberdayaan konsumen agar menjadi konsumen yang mampu memperjuangkan hak-haknya. Untuk meminta ganti rugi, konsumen perlu mengikuti langkah-langkah tertentu tergantung pada jenis permasalahan yang terjadi. Langkah-langkah umum yang bisa diikuti oleh konsumen untuk meminta ganti rugi yaitu dengan menghubungi penjual atau penyedia layanan, menggunakan saluran resmi atau surat pengaduan resmi, dan mengajukan mediasi.

Saran

Perlu ada upaya untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya melindungi hak merek dan akibat hukum dari pelanggaran. Ini bisa dilakukan melalui seminar, pelatihan, dan publikasi mengenai hak merek dan kekayaan intelektual. Aparat penegak hukum perlu memperkuat pengawasan terhadap pelanggaran merek dan mempercepat proses hukum terkait pelanggaran hak merek. Ini akan memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Sebagai alternatif jalur litigasi, penggunaan mediasi atau arbitrase dapat membantu penyelesaian sengketa dengan lebih cepat dan biaya yang lebih rendah, sehingga memudahkan penyelesaian masalah antara pihak yang bersengketa. Konsumen harus diberikan edukasi yang lebih baik tentang cara membedakan produk asli dan palsu. Pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, dan pelaku usaha perlu bekerja sama untuk menyebarkan informasi mengenai tanda-tanda produk palsu serta cara melapor jika menemukan produk palsu. Undang-Undang Perlindungan Konsumen perlu dipertegas dalam hal penanganan produk palsu, termasuk memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan tuntutan terhadap penjual yang melanggar. Untuk mempermudah konsumen dalam melaporkan produk palsu yang mereka temui, perlu ada sistem pengaduan yang mudah diakses, baik melalui aplikasi, situs web, atau saluran lain.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Abdulkadir Muhammad, Hukum Perusahaan Indonesia, Citra Aditya Bakti, 2010,
- Agung Sudjatmiko, “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek,” *Yuridika* 15, no. 5 (2000),
- Ahmad Miru dan Sutarman Yudo Op. Cit
- Andi Hamzah, Kamus Hukum, Ghalia Indonesia, 2005,
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016.
- Bilson Simamora, “Tujuh Langkah Membangun Merek Yang Kuat” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).
- C L Tyagi and Arun Kumar, Advertising Management (Atlantic Publishers & Dist, 2004).
- Eli Wuria, Hukum Perlindungan Konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015)
- Firmansyah Hery, Perlindungan Hukum Terhadap Merek. Cetakan L. (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011),
- H. Joni Emirzon dkk, 2022 Hukum Perlindungan Konsumen Palembang : Unsri Press
- Hulman Panjaitan, 2021 Hukum Perlindungan konsumen, Jakarta: Jala Permata Aksara
- Husni Syawali dan Neni Sri, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. Mandar Maju, Bandung, 2000,
- Husni Syawali dan Neni Sri Maniyati, 2000, Aspek Hukum Transaksi Online, CV. Mandar Maju, Bandung,
- Iman Sjahputra, Hukum Merek Baru Indonesia Seluk Beluk Tanya Jawab Merek Teori Dan Praktik (Jakarta: Harvarindo, 1997), 34
- Janed, Hukum Merek,
- Janus Sidabolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia ,(Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010),
- Muhaimin, “*Metode Penelitian Hukum*”, (mataram: mataram university press, 2020,
- Muhammad Djumhana and R Djubaedillah, Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori Dan Prakteknya Di Indonesia Edisi Revisi (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003),
- Oka Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995),
- Panduan penulisan tugas akhir, Fakultas Hukum, Universitas Tadulako, Tahun 2020
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2005),
- Rachmadi Usman, Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (Bandung: Alumni, 2003),
- Ridwan HR, Hukum Administrasi Negara, Rajawali Pers, Jakarta, 2016,
- S Hartono, “Perlindungan Konsumen Dan Peradilan Di Indonesia” (BPHN, Jakarta, 2000)
- Soekidjo Notoatmojo, Etika dan Hukum Kesehatan, Rineka Cipta, Jakarta, 2010,
- Soerjono Soekanto, Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan Di Indonesia (Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia, 1967),
- Soerjono Soekanto, Kegunaan Sosiologi Hukum Bagi Kalangan Hukum (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1989),
- Tim Penyusun, Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2013,
- Titik Triwulan dan Shinta Febrian, Perlindungan Hukum bagi Pasien, Prestasi Pustaka: Jakarta, 2010,
- Usman Rachmadi, “Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia,” Alumni: Bandung (2003).
- Wolfgang Friedman, Legal Theory, Edisi Ketiga, (London: Stevens & Sons Limited, 1953).
- Zainal Asikin dkk, Pengantar Hukum Perusahaan, Prenadamedia Group, 2016,

B. Peraturan perundang-Undangan

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengatur mengenai merek dan Indikasi Geografis
Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan,
Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Perlindungan Kesehatan,
Undang-Undang No. 29 Tahun 2004 tentang Kedokteran dan
Undang-Undang No.7 Tahun 1963 tentang Farmasi. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994
tentang pembentukan WTO
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

C. Jurnal

Abd Haris Hamid and M H SH, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, vol. 1 (SAH MEDIA, 2017).

Agung Sudjatmiko, "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek," *Yuridika* 15, no. 5 (2000),

Djumhana and Djubaedillah, "Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori Dan Prakteknya Di Indonesia Edisi Revisi.",

Edy Santoso, Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Terkenal Melalui Peran Kepabeanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan Dan Kedaulatan Negara (Law Enforcement on Trademark Infringement Through the Role of Customs as an Effort to Maintain Security and Sovereignty of the State), *Jurnal Rechts Vinding*, Volume 5, Nomor 1, 2016,

Fahmi Anugraha, Perlindungan Hukuman Bagi Pemegang Hak Merek Dikaitkan Dengan Prinsip Itikad Baik Dalam Proses Pendaftaran Merek, Vol. 1 No. 1 (2020): Juli 2020 Hal: 48-59

Gama, K.L. Satwikha dan Westra I Ketut, (2022) Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Maraknya Penjualan Produk Palsu Melalui Platform E-Commerce, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 10 No. 6 Tahun 2022,

Hamid and SH, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, vol. 1, p. .

I Made Mahartayasa Belly Riawan, "Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia," *Kertha Semaya* 3, no. 1 (2015),

Lili Halim (2015), Perlindungan Merek Dan Pengaruhnya Bagi Perlindungan Konsumen. fhukum.unpati.ac.id

Meltalia Panjaitan, "Analisis Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang Yang Memakai Merek Tiruan (Tinjauan Dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Pengguna)," *Jurnal Hukum UNTAN* 1, no. 1 (2014).

Moh. Nafri, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia," *Jurnal Unismuh Palu* 3, no. 1 (2018),

Ni Nyoman Nadia Ratna P, Ni Ketut Supasti Dharmawan, 2013, Pelanggaran Merek Terkenal Melalui Jual Beli Barang di Media Jejaring Sosial Facebook, *Kertha Semaya*, Vol. 01,

Nia Kurniati, dkk. Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Teri Biru Seira dan Kerupuk Ikan Tanimbar sebagai Industri Kreatif Masyarakat di Kota Saumlaki, *Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 4 Nomor 3, Edisi April, Tahun 2017, hlm. 519, dapat didownload pada website <http://jurnal.unpad.ac.id/pjih/article/view/14927/7210>

Umbas, R. (2024). Tanggung Jawab Pelaku Usaha/Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Pada Situs Jual-Beli Online. *Lex Administratum*, 12

Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3),

Siti Marwiyah, "Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal," *Journal de Jure* 2, no. 1 (2010).