Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Pembeli Produk Bermerek Tiruan

Yuyut Prayuti¹, Raisha Amalia Nur Fadhila²

Universitas Islam Nusantara, Indonesia

Jl. Soekarno Hatta No.530, Sekejati, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286

e-mail : prayutiyuyut@gmail.com¹, raisha.amlia@gmail.com²

ABSTRACT

In Indonesia, the term "consumer legal protection" refers to legislative initiatives that protect consumers from many forms of unfair economic practices. Normative legal research methodologies are employed in this study. This study aims to ascertain how customers' legal protections against purchasing goods with false labels are enforced. The findings of this investigation show that imitation goods, as defined by sections 254 to 259 of the Criminal Code, is an attempt to manufacture counterfeit brands that pose disadvantage to consumers. Due to the state's legal protection against this, business actors who engage in the counterfeiting brands may face penalties under Article 62 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, which imposes a maximum fine of Rp. 2,000,000,000.00 (two billion rupiah) or a maximum penalty of 5 (five) years.

Keywords: Consumer Legal Protection, Imitation Goods, Intellectual Property Rights

ABSTRAK

Di Indonesia, istilah "perlindungan hukum konsumen" mengacu pada inisiatif legislatif yang melindungi konsumen dari berbagai bentuk praktik ekonomi yang tidak adil. Metodologi penelitian hukum normatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum pelanggan terhadap pembelian barang dengan label palsu. Temuan penyelidikan menunjukkan bahwa barang tiruan, sebagaimana dimaksud dalam pasal 254 hingga 259 KUHP, merupakan upaya pembuatan merek palsu yang merugikan konsumen. Karena perlindungan hukum negara terhadap hal tersebut, pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek dapat dikenakan sanksi berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) atau pidana denda paling lama 5 (lima) tahun.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Barang Tiruan, Hak Kekayaan Intelektual

PENDAHULUAN

Undang-undang 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memuat peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai konsumen akhir. Hal ini diperjelas dalam penjelasan Pasal 1 Angka 2 UU 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa frasa "konsumen akhir" dan "konsumen perantara"

diakui dalam literatur ekonomi. Konsumen akhir ialah orang-orang yang menggunakan atau memperoleh manfaat dari suatu produk dalam bentuk akhirnya, sedangkan konsumen perantara ialah mereka yang memanfaatkan suatu produk

dalam proses menghasilkan produk lain.¹ Oleh karena itu, perlindungan konsumen ialah segala peraturan dan perundang-undangan yang mengatur hak dan tanggung jawab yang timbul bagi produsen dan konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhannya serta menjamin terselenggaranya perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen.²

Mengingat betapa cepatnya peniruan menyebar di dunia modern, konsumen tentunya semakin membutuhkan perlindungan hukum.³ Selain itu, ketika perdagangan berkembang dan strategi transportasi dan promosi yang lebih baik digunakan, pasar komoditas kembali meluas dan membuat potensi peniruan turut berkembang pesat.⁴ Dalam situasi seperti ini, nilai merek akan meningkat karena merek membantu membedakan produk berdasarkan tempat asal dan kualitasnya, sekaligus mencegah peniruan. Mekanisme perlindungan hukum terhadap merek serta konsumen yang digunakan pada barang yang diperdagangkan harus disesuaikan dengan perkembangan pasar tersebut. Faktanya, merek kini dianggap sebagai salah satu jenis kekayaan intelektual yang memainkan peran penting dalam memfasilitasi dan meningkatkan perdagangan produk dan layanan dalam operasi investasi.⁵

Dalam lingkungan persaingan yang tidak terbatas, merek berfungsi sebagai jaminan kualitas barang dan jasa dan dapat memuaskan keinginan pelanggan dengan menggunakan tanda pengenal yang penting atau kekuatan yang memberdayakan.⁶ Oleh karena itu, merek dagang adalah sumber daya keuangan yang dapat digunakan oleh pemiliknya, baik warga negara maupun perusahaan (organisasi hukum), untuk memperoleh keuntungan yang signifikan yakni, jika merek tersebut dikelola dengan baik dan dengan mempertimbangkan pertimbangan komersial.⁷

Suatu karya pribadi atau orsinil pada dasarnya ialah hasil yang harus dilestarikan dalam hal perlindungan. Kekayaan yang diperoleh dari hasil kreasi kecerdasan dan gagasan dikenal dengan istilah kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual diberikan kepada mereka yang mampu menciptakan kekayaan intelektual. Tidak semua orang mampu memanfaatkan otaknya secara maksimal, yang meliputi logika, rasio, dan kecerdasan. Oleh karena itu, tidak semua orang mampu menciptakan hak kekayaan intelektual. Hal ini juga menjelaskan mengapa hak kekayaan intelektual merupakan hasil unik dari kerja mental. Hak kekayaan intelektual bersifat unik sehingga memerlukan perlindungan. Dua kategori utama hak kekayaan intelektual ialah hak cipta dan hak kekayaan industri. Merek ialah salah satu jenis kekayaan intelektual yang termasuk dalam kategori hak kekayaan industri dan sering digunakan dalam upaya komersial. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur peraturan merek di Indonesia.

Tujuan utama Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang Indikasi Geografis dan Merek ialah untuk menumbuhkan lingkungan kompetitif antar pelaku usaha dalam industrinya masing-masing. Merek merupakan salah satu jenis hak kekayaan intelektual yang sering digunakan dalam dunia usaha, dimana memiliki merek yang kuat merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang memproduksi barang atau menyediakan jasa.⁸ Perdagangan semakin marak dan daya saing komersial meningkat di era globalisasi ini. Jumlah pelaku usaha yang menjual barang yang sama atau sebanding semakin meningkat, yang mengindikasikan semakin banyaknya persaingan di pasar. Pelanggan pasti akan mendapatkan keuntungan dari ini karena mereka memiliki banyak pilihan.⁹ Di sisi lain, banyaknya pilihan

¹ Abdul Atsar and Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2019).

² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022).

³ Geraint Howells, "Protecting Consumer Protection Values in the Fourth Industrial Revolution," *Journal of Consumer Policy* 43, no. 1 (2020): 145–175.

⁴ Vitaly I Cherenkov, Sergei A Starov, and Igor V Gladkikh, "Brand Imitation in the Modern Simulacrum Market versus Marketing Ethics" (2020).

⁵ Claudio Ricky Adhitya, Fidelia Evangelyn Abigail, and Florence Hermawan, "Fighting Fake Fashion: Legal Protection Of Brand Owners Towards Counterfeit Branded Fashion Goods In The Lens Of Intellectual Property Law," *Anthology: Inside Intellectual Property Rights* 1, no. 1 (2023).

⁶ Zaenal Arifin and Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar," *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–65.

⁷ Ali Ismail Shaleh and Shabirah Trisnabilah, "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini," *Journal of Judicial Review* 22, no. 2 (2020): 291–300.

⁸ SH Juwita and others, *Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum* (Yogyakarta: Stiletto Book, 2022).

⁹ Sarah Turnip, Eddy Setyanto, and R. Hidayat, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah Di Kota Bekasi)," *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS* 5 (August 31, 2023): 252–269.

seringkali menyebabkan kebingungan pelanggan saat melakukan pembelian, yang tentu saja meningkatkan pentingnya kehadiran merek dalam mendorong persaingan komersial yang sehat.¹⁰

Di sinilah pentingnya sebuah merek, karena ia berfungsi sebagai identitas yang terkait dengan suatu produk dimana guna meyakinkan konsumen bahwa barang tersebut asli.¹¹ Landasan hukum yang jelas bagi pemilik merek di Indonesia telah ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 1 angka 5 yang menyatakan bahwa "Hak atas suatu merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliknyanya. suatu merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek itu sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya." Artinya untuk memperoleh perlindungan hukum atas suatu merek, pemilik merek harus mendaftarkan mereknya terlebih dahulu.

Merek-merek ternama kini pada hakikatnya mempunyai perlindungan yang luas sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis. Namun, suatu merek yang terkenal kini memerlukan perlindungan hukum yang lebih besar dibandingkan merek yang kurang dikenal. Pelaku bisnis bereksperimen dengan berbagai strategi untuk menjual barang mereka di pasar karena persaingan yang semakin ketat di industri. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha, baik komoditas sejenis maupun komoditas berbeda, yang menggunakan taktik cepat dengan memanfaatkan popularitas merek ternama. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis sudah cukup mengatur tentang perlindungan merek terkenal sejenis. Namun demikian, saat ini belum ada undang-undang yang jelas yang mengatur perlindungan merek terkenal, khususnya untuk barang dan/atau jasa yang tidak identik. Saat ini terdapat kekosongan hukum di Indonesia untuk menyelesaikan sengketa merek terkenal karena tidak adanya undang-undang yang jelas, tidak hanya itu perlindungan konsumen bagi para konsumen yang membeli barang bermerek tiruan pun belum di atur secara maksimal sehingga

implementasi pemberian perlindungan hukum konsumen masih sangat jauh dari kata optimal mengacu kepada banyaknya kasus yang beredar.

Beberapa penelitian terdahulupun telah melakukan analisa terkait permasalahan ini, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ismayati Riri dan Amad Sudiro (2023) mengemukakan bahwasanya adanya kerugian yang dialami oleh konsumen terhadap pemalsuan merek khususnya dalam produk beras. Dalam penelitian ini dikemukakan bahwasanya di Indonesia, istilah "perlindungan hukum konsumen" mengacu pada inisiatif legislatif yang melindungi konsumen dari berbagai bentuk praktik ekonomi yang tidak adil. Metodologi penelitian hukum normatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memastikan apakah konsumen yang membeli barang beras dengan alasan palsu dilindungi undang-undang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa beras oplosan, sebagaimana dimaksud dalam KUHP pasal 254 hingga 259, merupakan upaya pembuatan merek beras palsu yang menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen. Karena perlindungan hukum negara terhadap hal tersebut, pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek produk beras dapat dikenakan sanksi berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan ancaman denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) atau pidana denda paling lama 5 (lima) tahun.¹²

Penjualan barang tiruan pun marak terjadi pada Transaksi E-Commerce hal ini di kemukakan dalam penelitian I nyoman Putu Budiarta dan Ni Made Puspasutari (2022). Informasi yang lengkap dan akurat sangat penting untuk melindungi hak-hak pelanggan terkait produk; barang yang dibeli di tempat lain dan dimaksudkan untuk dijual kembali tidak asli dan belum diverifikasi keasliannya oleh pengecer. Ditemukan bahwa baik barang yang dibeli konsumen di toko lain maupun barang yang diabaikan saat barang dagangan diperiksa keasliannya di dalam toko adalah barang yang tidak asli. Untuk menjamin terlaksananya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka penting bagi pelaku usaha untuk mengungkapkan informasi mengenai kebenaran suatu jasa atau barang guna

¹⁰ Nadya Valerie and Edbert Seligshan Horman, "Perlindungan Merek Terkenal Christian Dior Ditinjau Dari Konsep Dilusi Merek," *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* 4, no. 2 (2019): 231-242.

¹¹ Muhammad Hawin and Budi Agus Riswandi, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia* (Yogyakarta: Ugm Press, 2020).

¹² Ismiyati Riri Puji Lestari and Amad Sudiro, "Perlindungan Hukum Terhadap Kerugian Konsumen Atas Pemalsuan Merek Produk Beras," *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 2263-2269.

menghormati hak-hak konsumen. Dalam rangka memenuhi kewajiban hukumnya kepada pelanggan, pada Stridewear.Id lebih memilih menggunakan tanggung jawab hukum perdata, khususnya melalui tindakan ganti rugi yang dapat diambil dalam bentuk uang atau barang yang sama, tergantung pada apa yang dilakukan pelanggan dan pemilik toko atau lainnya. disepakati oleh para pelaku usaha.¹³

Kasus penjualan barang tiruan lainnya pun di kemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Agung Wicaksono, Muhammad Rauf Kurniawan dan Nisha Mafazati Indah (2022). Dalam penelitian ini dikemukakan bahwasanya dalam peradaban modern, perdagangan berkembang cukup pesat. Hal ini berkaitan dengan kemajuan teknologi yaitu e-commerce atau teknologi berbasis internet. E-commerce adalah jenis perusahaan unik di mana perdagangan lintas batas tidak mempunyai pengaruh atau pengaruh terhadap pembeli, penjual, atau media online. Meskipun pelanggan mendapat manfaat besar dari situasi ini karena menawarkan beberapa pilihan untuk membeli produk dan layanan, terdapat bahaya besar pelanggaran hak konsumen karena potensi penipuan yang terkait dengan e-commerce. Namun mengingat situasi saat ini, banyak pengusaha yang tidak jujur menipu masyarakat dengan memasarkan barang palsu, termasuk set top box palsu. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam perdagangan internet sangatlah penting.¹⁴

Mengacu kepada pemaparan latar belakang diatas serta beberapa penelitian terdahulu yang turut menganalisa kerugian serta perlindungan konsumen terhadap barang tiruan, dapat terlihat bahwasanya hingga saat ini kasus pembelian barang tiruan masih kerap kali menimpa konsumen. Hal ini menunjukkan urgensi perlindungan konsumen dalam hal ini sangat penting untuk dikembangkan dan di analisa. Penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pun memiliki gap penelitian dengan penelitian yang hendak dilakukan sebab pada dasarnya belum ada penelitian yang dengan spesifik menganalisa perlindungan konsumen bagi konsumen selaku korban yang membeli barang bermerek tiruan

yang mana membuat peneliti tertarik untuk menganalisa hal ini.

Berdasarkan uraian fenomena yang diteliti, rumusan permasalahan ini dikemukakan sebagai berikut: pertama, bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang membeli barang bermerek tiruan. Kedua, upaya hukum apa saja yang dapat dilakukan oleh konsumen terkait dengan transaksi jual beli barang bermerek tiruan atau palsu. Ketiga, bagaimana penegakan hukum terhadap perbuatan pelaku usaha dalam perdagangan produk bermerek tiruan atau palsu.

TINJAUAN PUSTAKA

Perlindungan Konsumen

Az. Nasution mengemukakan bahwasanya perlindungan konsumen dan undang-undang konsumen bukanlah hal yang sama, dengan menyatakan bahwa undang-undang perlindungan konsumen merupakan bagian dari undang-undang konsumen. Asas dan peraturan yang mengatur hubungan dan perselisihan antara berbagai pihak mengenai produk dan/atau jasa konsumen dalam kehidupan bermasyarakat secara bersama-sama disebut sebagai hukum konsumen. Sementara itu, pedoman hukum umum dan peraturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam bertransaksi dan berselisih dengan pemasok produk dan/atau jasa disebut dengan peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen.¹⁵

Penjelasan lebih lanjut dari Az. Konsep Nasution mengemukakan bahwasanya hukum konsumen pada hakekatnya mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap interaksi dan permasalahan konsumen ketika keadaan para pihak seimbang dalam hal status sosial ekonomi, derajat pendidikan, dan daya saing. Idenya adalah agar masing-masing dari mereka lebih siap untuk melindungi dan membela hak-hak hukum mereka, meskipun hal ini tidak selalu terjadi. Apabila terjadi permasalahan dalam masyarakat atau terjadi ketidaksepakatan antara para pihak dalam suatu hubungan hukum, maka diperlukan undang-undang perlindungan konsumen. Kepentingan (hak) hukum konsumen menjadi topik utama

Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Set Top Box Palsu Di E-Commerce," *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 2, no. 4 (2022): 332-340.

¹⁵ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002).

¹³ Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear. Id Bali)," *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332-338.

¹⁴ Agung Wicaksono, Muhammad Ra'uf Kurniawan, and Nisha Mafazati Indah Eka Pratiwi, "Perlindungan

pembahasan baik dalam undang-undang konsumen maupun peraturan perlindungan konsumen.¹⁶

Pembatasan legislatif apa pun yang mengatur hak dan tanggung jawab yang timbul bagi produsen dan konsumen ketika mereka berupaya memenuhi keinginan mereka dapat secara kolektif disebut sebagai undang-undang perlindungan konsumen atau undang-undang konsumen. Ungkapan "keseluruhan" digunakan untuk menyampaikan bahwa ia mencakup semua karakteristik hukum yang spesifik jenisnya.¹⁷ Dengan demikian, hal ini mencakup peraturan yang berkaitan dengan administrasi negara, hukum pidana, perdata, dan internasional. Meskipun fokusnya adalah pada hak-hak dan kewajiban konsumen serta cara-cara untuk memenuhi kebutuhannya dalam upayanya, namun ruang lingkungannya juga mencakup konsekuensi-konsekuensi yang timbul dari penggunaan kebutuhan-kebutuhan tersebut, seperti perlunya kompensasi atas kerugian, dan langkah-langkah yang diambil konsumen untuk memperoleh kebutuhannya dari produsen, termasuk informasi, pilihan, dan harga.¹⁸

Sebaliknya, produsen bertanggung jawab atas dampak penggunaan produk serta pembuatan, penyimpanan, distribusi, dan perdagangannya. Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen tidak lain adalah peraturan perundang-undangan yang mengatur upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen diartikan sebagai "segala upaya menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen" dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.¹⁹

Hak Kekayaan Intelektual

¹⁶ Muhamad Ammar Muhtadi and Sahrul Sahrul, "Hukum Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna Dan Tanggung Jawab Perusahaan," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 09 (2023): 922-930.

¹⁷ Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021).

¹⁸ Agustinus Sihombing, *Hukum Perlindungan Konsumen*. CV. Azka Pustaka, 2023.

¹⁹ Faisal Faisal and Istiqamah Istiqamah, "Hubungan Hukum Produsen Dengan Konsumen Retail Goods," *Alauddin Law Development Journal* 3, no. 1 (2021): 1-19.

Hak kekayaan intelektual ialah hak yang dihasilkan dari usaha, prakarsa, dan daya cipta kecerdasan manusia serta mempunyai nilai ekonomi selain bermanfaat bagi keberadaan manusia. Sains, teknologi, sastra, dan seni adalah contoh wujud nyata kerja manusia, inisiatif, dan inovasi intelektual. Wajar jika seseorang berinovasi atau berkarir dengan memanfaatkan kemampuan intelektualnya jika diberi kompensasi atas temuan atau kreasinya.²⁰

Seorang pencipta atau penemu bebas untuk mengajukan atau tidak mengajukan pendaftaran atas karya kreatifnya berdasarkan ketentuan hak kekayaan intelektual (HAKI). Sementara itu, pemberian hak eksklusif kepada para pelaku HKI (kreator, inovator, desainer, dan lain-lain) dimaksudkan sebagai ucapan terima kasih atas upaya kreatif mereka dan mendorong orang lain untuk mengembangkannya.²¹ Hak kekayaan intelektual mengakui keterbatasan khusus untuk melindungi kepentingan masyarakat, dan evolusinya ditentukan oleh sistem pasar yang kuat yang bertujuan untuk mengembangkan masyarakat. Untuk menghentikan munculnya penemuan atau penemuan yang identik, sistem hak kekayaan intelektual mendorong adanya sistem dokumentasi yang kuat.²²

Agar Indonesia dapat terus berkembang, perlindungan hak kekayaan intelektual sangatlah penting. Hak cipta, merek dagang, paten, perlindungan varietas tanaman, rahasia dagang, desain industri, dan desain tata letak sirkuit terpadu merupakan beberapa hak kekayaan intelektual yang dilindungi di Indonesia.²³ Hak kekayaan materi berbeda dengan hak kekayaan intelektual karena hak kekayaan intelektual lebih tahan lama dan mudah hilang, sedangkan hak kekayaan intelektual tidak dapat dihilangkan. Apabila pencipta atau penemu tetap melekat pada hasil inovasi atau penemuannya, meskipun hak tersebut telah dialihkan kepada pihak lain, maka Hak Kekayaan Intelektual mengakui adanya Hak Moral. Hak kekayaan intelektual juga mengakui adanya hak ekonomi, yang memungkinkan

²⁰ Zulkifli Makkawaru and others, *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek* (Sukabumi: Farha Pustaka, 2021).

²¹ Nanda Dwi Rizkia and Hardi Fardiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar* (Bandung: Penerbit Widina, 2022).

²² Duwi Handoko, *Hukum Positif Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia (Jilid I)* (Pekanbaru: HAWA DAN AHWA, 2015).

²³ Abd Thalib and Muchlisin Muchlisin, *Hak Kekayaan Intelektual Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018).

masyarakat, produsen, dan penemu memperoleh keuntungan finansial dari suatu karya inventif.²⁴

Merek

Hak kekayaan intelektual ialah hak yang dihasilkan oleh kerja manusia, prakarsa, dan penemuan yang bermanfaat dan membantu dalam menunjang kehidupan. Merek suatu perusahaan adalah aset yang berharga. merek yang dipilih dan dipelihara dengan cermat agar perusahaan dapat berfungsi dan berkembang. Perlindungan hukum yang memadai bagi merek mempunyai dampak signifikan terhadap kelangsungan bisnis dan meningkatkan daya saingnya di pasar domestik dan internasional. Jika dibandingkan dengan barang atau jasa sejenis yang diproduksi oleh pihak lain, merek yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa menawarkan jaminan kualitas.²⁵ Merek tersebut dapat digunakan sebagai merek layanan atau merek dagang. Merek jasa dimaksudkan untuk membedakan barang serupa dengan barang yang dibuat oleh perusahaan lain, sedangkan merek dagang dimaksudkan untuk membedakan barang serupa dengan barang yang dibuat oleh perusahaan lain.²⁶ Seseorang dapat secara akurat mengidentifikasi jenis dan kualitas komoditas atau jasa yang diperdagangkan oleh produsen manusia dan yang memiliki nilai uang dengan melihat, mendengar, atau membaca suatu merek. Sains, teknologi, sastra, dan seni adalah contoh wujud nyata kerja manusia, inisiatif, dan inovasi intelektual. Wajar jika seseorang berinovasi atau berkarir dengan memanfaatkan kemampuan intelektualnya jika diberi kompensasi atas temuan atau kreasinya.²⁷

Merek ialah suatu indikator yang dapat digunakan dalam perdagangan barang dan jasa untuk membedakan produk atau jasa sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh seseorang, sekelompok orang, atau badan hukum dengan produk atau jasa serupa yang dihasilkan oleh orang lain. Merek memiliki kemampuan untuk menonjol dalam persaingan dan berfungsi sebagai

jaminan kualitas. Selain berfungsi sebagai alat pembeda suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya, merek juga mempunyai konotasi yang beragam sehingga penggunaannya menjadi penting dalam industri perdagangan. Makna-makna tersebut antara lain:²⁸ Nilai, Budaya, Kepribadian, Pemakai, Atribut, Manfaat

Merek ialah tanda pembeda yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi produk dan layanan. Ini dapat digunakan untuk membedakan satu produk atau jasa dari produk atau jasa serupa yang diproduksi oleh satu orang, beberapa orang, atau badan hukum dan memiliki kekuatan pembeda yang cukup untuk digunakan dalam produksi dan perdagangan.²⁹ Merek dagang adalah sebuah tanda, namun agar dapat dikenali sebagai sebuah merek, ia harus mempunyai daya pembeda. Sebab, pendaftaran merek berarti memberikan hak eksklusif kepada pelaku usaha untuk menggunakan nama atau lambang yang diberikan negara. Merek yang dipermasalahkan harus mampu mendefinisikan item yang dimaksud agar memiliki daya pembeda.³⁰

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang dipakai pada penelitian ini yaitu yuridis normative, satu di antara penelitian hukum yang melaksanakan analisis melalui Pustaka digunakan menjadi sumber penelitian adalah melalui pemeriksaan peraturan perundang-undangan serta dokumen terkait yang berhubungan pada masalah penelitian tersebut. Penjabaran permasalahan dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Studi Pustaka menjadi bahan sekunder untuk membantu menganalisis dalam bentuk pendataan berupa dokumen, bukti-bukti, artikel, arsip, dokumen resmi, dan lainnya yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian.³¹ Analisis deskriptif kualitatif yaitu metode menganalisis data yang penelitian ini gunakan. Metode ini memaparkan dengan tertulis atau lisan dengan deskripsi analitik yang mendalam dan komprehensif.³² Pada penelitian ini setiap data

²⁴ SH Yoyo Arifardhani and LL M MM, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar* (Jakarta: Prenada Media, 2020).

²⁵ Hari Sutra Disemadi, *Mengenal Perlindungan Kekayaan Intelektual Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2023).

²⁶ SH Dina Susiani and Dina MH, *Buku Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Jember: pustaka abadi, 2020).

²⁷ Khoiril Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017).

²⁸ Kelvin Christian Porajow, Johny AF Kalangi, and Lucky F Tamengkel, "Pengaruh Kesadaran Merek

Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Manado," *Productivity* 1, no. 5 (2020): 446–452.

²⁹ Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa* (Bandung: PT Citra aditya bakti, 2018).

³⁰ Thoyyibah Bafadhal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia: Kasus IKEA," *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018): 21–41.

³¹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2021).

³² I Made Pasek Diantha and MS Sh, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum* (Jakarta: Prenada Media, 2016).

akan dikumpulkan dan dijelaskan secara deskriptif, lalu kemudian dianalisis, disesuaikan dengan fenomena yang menjadi topik permasalahan untuk dapat menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen serta Upaya Hukuum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang membeli barang bermerek tiruan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menetapkan peraturan yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia. "Hak untuk menerima ganti rugi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya" merupakan salah satu hak yang secara tegas disebutkan bagi konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pasal 4 huruf (h). Sangat jelas terlihat bahwa konsumen yang membeli suatu produk dengan suatu merek tanpa persetujuan pemiliknya dapat memperoleh hak hukumnya berdasarkan Pasal 4 huruf (h) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jika pelanggan yakin bahwa jumlah dan kualitas barang yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan harapannya, maka mereka berhak mendapatkan penggantian. Tentu saja, jenis dan besarnya kompensasi harus diputuskan sesuai dengan klausul terkait dalam kesepakatan masing-masing pihak.

Pasal 8 huruf (f) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara khusus menyebutkan bahwa "Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi janji yang tercantum dalam label, label, keterangan, iklan. atau promosi penjualan atas barang dan/atau jasa tersebut." Hal ini relevan dengan penjualan barang bermerek palsu atau tiruan. Pelanggan mungkin bertanggung jawab atas hak-hak yang dilanggar oleh pelaku perusahaan atau produser jika mereka yakin bahwa mereka telah ditipu. Menurut Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab VI, pelaku usaha bertanggung jawab membayar produk yang terkontaminasi, barang rusak, dan/atau kerugian yang timbul karena mengonsumsi barang yang diproduksi atau ditukar. Paragraf berikut melanjutkan dengan mengatakan bahwa ganti rugi akan diberikan sesuai dengan persyaratan hukum dan dapat berupa penggantian atau

penggantian produk dengan nilai yang sama atau lebih besar. Pada alinea berikutnya, kerugian dikompensasikan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari sejak transaksi. Ayat berikutnya memperbolehkan penuntutan pidana apabila terdapat bukti tambahan yang menunjukkan adanya unsur kesalahan, dengan memberikan ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2). Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) juga tidak berlaku pada ayat berikutnya apabila pelaku usaha dapat menunjukkan bahwa pelangganlah yang menjadi sumber kesalahannya.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak dan perlindungan konsumen dalam penyelenggaraan jual beli di bidang perdagangan. Undang-undang ini menguraikan hak-hak konsumen dan memberikan informasi mengenai perlindungan konsumen pada Pasal 1 ayat (1). Ayat (1) pasal 1 : "Perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum yang bertujuan untuk memberikan perlindungan seutuhnya kepada konsumen". Dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang dimaksud dengan "segala upaya atau cara untuk menjamin kepastian hukum" adalah bertujuan untuk menghilangkan perbuatan sewenang-wenang atau sewenang-wenang yang dapat merugikan konsumen demi kepentingannya sendiri. Benteng pondasi inilah yang diharapkan dapat menjadi landasan (Ahmadi Miru, 2011). "Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa" tercantum dalam Pasal 4 yang mengatur tentang Hak dan Kewajiban huruf a.

Segala upaya untuk memastikan kejelasan hukum untuk melindungi pelanggan dianggap sebagai perlindungan konsumen. perlindungan pelanggan terhadap barang bermerek palsu atau palsu hanya dapat dilakukan apabila pelanggan mengajukan pengaduan (complaint offence). Dalam hal ini, harus ada pihak yang dirugikan pada awalnya. Ada beberapa contoh pemalsuan merek. Terkait persoalan pemalsuan barang bermerek. Menurut penulis, ada hak dan kewajiban bagi pelanggan yang membeli barang bermerek replika atau palsu. Konsumen mempunyai hak dan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, apapun barang yang dibeli dan digunakannya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, ada banyak cara untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen akibat

pemalsuan merek produk. Awalnya, pembeli mempunyai pilihan untuk mengajukan pengaduan tentang pemalsuan merek produk kepada produsen barang asli.³³ Kedua, tuntutan ganti rugi berdasarkan wanprestasi dan kegiatan ilegal merupakan tindakan hukum yang mungkin dilakukan pelanggan.³⁴ Ketiga, sanksi pidana, perdata, dan administratif digunakan untuk menegakkan hukum terhadap pemalsuan merek. Tindakan terbaik dalam situasi ini adalah dengan menjatuhkan hukuman administratif. Karena mereka harus menghentikan semua tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek, mereka yang melanggar hak merek tidak dapat melanjutkan proses produksi sebagai akibat dari hukuman tersebut. Oleh karena itu, aparat penegak hukum harus menerapkan hukuman terkait merek dengan lebih efektif.³⁵

B. Penegakan Hukum terhadap Perbuatan Pelaku Usaha atas Perdagangan Produk Bermerek Tiruan atau Palsu

Kutipan (referensi) disisipkan menggunakan aplikasi *Mendeley* dengan style *Turabian 8th editon (full note)*. Contoh penulisan referensi dari buku³⁶, skripsi/tesis/disertasi³⁷, serta website³⁸.

Berbagai macam barang dan jasa yang praktis dan bermanfaat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dihasilkan berkat pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat di sektor industri dan perdagangan nasional. Kemajuan teknis yang pesat telah memfasilitasi globalisasi dan perdagangan bebas, yang tampaknya memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah ruang yang tersedia untuk pertukaran produk dan layanan dalam masyarakat.³⁹ Setiap orang di masyarakat diperbolehkan untuk menjalankan usaha

komersialnya sendiri. Ketika seseorang menggunakan taktik menipu untuk mengembangkan bisnisnya, termasuk berbohong kepada publik, mereka merugikan perusahaan orang lain dan berisiko dituntut karena persaingan tidak sehat. Untuk mengganti kerugian tersebut dapat dilakukan tuntutan kerugian akibat perbuatan melawan hukum.⁴⁰

Pelaku usaha yang melakukan penjualan barang palsu menunjukkan kurangnya itikad baik yang terlihat dari tindakannya karena tidak memberikan informasi yang akurat dan transparan mengenai barangnya. Tindakan ini jelas merugikan konsumen yang makan nasi dan menyebabkan pembeli membeli barang palsu seperti LV, Gucci, dan merek terkenal lainnya, bukan barang yang sesuai dengan merek yang diiklankan.⁴¹

Keresahan masyarakat atau pelanggan tentunya disebabkan oleh ulah pelaku usaha yang menjiplak merek-merek ternama karena konsumen berhak atas kenyamanan dan kepercayaan diri dalam mengonsumsi barang yang ditawarkan oleh pelaku korporasi, maka gangguan masyarakat menimbulkan dilema. Tindakan menyalin atau memalsukan suatu merek dianggap oleh konsumen telah merugikan mereka; sehingga hal ini mengandung arti bahwa pelaku usaha telah menipu konsumen yang telah membeli produk dari pelaku usaha tersebut; tindakan tersebut tidak sesuai dengan standar mutu atau label merek yang telah digunakan dan disebutkan pada kemasan.⁴²

Tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh para pihak yang berkepentingan dalam menyelesaikan perselisihan yang timbul diperlukan mengingat permasalahan perselisihan

³³ Bernadetta Lakshita Pradipta Utomo, Sudaryat Sudaryat, and Aam Suryamah, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu Pada Platform Marketplace," *Wajah Hukum* 5, no. 1 (2021): 70–76.

³⁴ K Asriani and Zulnahmar Alie, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Minuman Dan Makanan," *PETITUM* 6, no. 1 April (2018): 44–62.

³⁵ Andi Ratu Bulqis, Marilang Marilang, and Erlina Erlina, "Penegakan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Di Kota Makassar," *Alauddin Law Development Journal* 1, no. 2 (2019).

³⁶ Goran Melander, Gudmundur Alredson, and Leif Holmstrom, eds., *Kompilasi Instrumen Hak Asasi Manusia*, Kedua. (Swedia: Raoul Wallenberg Institute, 2004), 56.

³⁷ Heru Irianto, "Model Niat Peralihan Konsumen Dari Pangan Konvensional Ke Pangan Organik (Studi Desain Eksperimental)" (Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2015).

³⁸ "Data Lokasi Kasus/Provinsi," *Badan Penelitian Dan Pengembangan Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, last modified 2018, accessed October 30, 2018, <http://sipkumham.balitbangham.go.id/petalitkumham/grafik>.

³⁹ SH Al Khanif and others, *Pancasila Dalam Pusaran Globalisasi* (Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2017).

⁴⁰ Ismiyati Riri Puji Lestari and Tundjung Herning Sitabuana, "Analisa Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pemalsuan Merek Produk Gula Di Daerah Banyumas," *Jurnal Supremasi* (2023): 70–79.

⁴¹ Muhamad Shafwan Afif and Heru Sugiyono, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia," *Jurnal USM Law Review* 4, no. 2 (2021): 565–585.

⁴² Gossain Jotyka and I Gusti Ketut Riski Suputra, "Prosedur Pendaftaran Dan Pengalihan Merek Serta Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001," *Ganesha Law Review* 3, no. 2 (2021): 125–139.

konsumen antara pelaku usaha dan konsumen masih sering muncul dalam kehidupan bermasyarakat. Pemerintah telah membentuk organisasi yang disetujui untuk mengatasi permasalahan hak-hak konsumen sesuai dengan persyaratan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dengan tujuan menjamin kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku komersial. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah salah satunya.⁴³ Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, terdapat dua cara penyelesaian sengketa konsumen yaitu melalui jalur hukum dan di luar pengadilan. Pasal 45 ayat (1) mengatur lebih lanjut hal tersebut dengan menyatakan bahwa "Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui pengadilan dalam lingkungan peradilan umum atau melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha." Dan dalam Pasal 47 UU 8 Tahun 1999 disebutkan "penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dilakukan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin agar kerugian yang diderita konsumen tidak terulang kembali. atau tidak akan terjadi lagi."

Jika konsumen merasa haknya telah dilanggar, mereka mempunyai dua pilihan untuk mengambil tindakan hukum yakni di luar pengadilan (non-litigasi) atau di dalam sistem peradilan (litigasi). Meskipun demikian, sejumlah besar pelanggan takut untuk melaporkan aktivitas penipuan yang dilakukan oleh entitas komersial terhadap mereka kepada Badan Perlindungan Konsumen. Mahalnya biaya penanganan perkara yang mereka yakini tidak sebanding dengan biaya barang yang mereka beli menjadi penyebabnya. Hal ini juga memerlukan waktu yang tidak sedikit. Selain itu, pelanggan tidak mengetahui peraturan yang berlaku bagi mereka dan tidak yakin apa yang harus dilakukan jika pelaku perusahaan yang tidak jujur menolak haknya.⁴⁴

Undang-Undang Nomor 8 Tahun Ini mengatur sanksi berdasarkan Pasal 60–62. Secara khusus, sanksi dapat bersifat pidana atau administratif. Sanksi Administratif ialah sebesar Rp. 200.000.000,00- atau dua ratus juta rupiah merupakan jumlah maksimum ganti rugi yang

dapat ditentukan berdasarkan sanksi Pasal 60 ayat (2). Apabila pelaku usaha melanggar Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, e, ayat (2), dan Pasal 18 maka mengacu pada sanksi pidana, pelaku diancam dengan pidana penjara paling lama lima (lima) tahun atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Pidana penjara paling lama dua (dua) tahun dan denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sebagaimana dimaksud pada ayat (2) bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan F.

Salah satu tindak pidana yang telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan dirinci dalam buku II yang memberikan rincian mengenai tindak pidana dalam KUHP adalah penegakan hukum terhadap tindak pidana yang berkaitan dengan pemalsuan merek dan penjualan barang palsu yang menyesatkan dan menyesatkan. melukai pelanggan. Pasal 254 sampai dengan 259 KUHP mengatur perbuatan yang termasuk dalam bidang pemalsuan merek atau stempel dan memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan perbuatan tersebut. Selain itu, perilaku ini juga melanggar hak cipta.

KESIMPULAN

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam hal terjadi pemalsuan merek. Pelanggan yang dirugikan oleh produk yang dibelinya tidak sesuai merek berhak mendapatkan penggantian, penggantian, dan/atau penggantian jika produk dan/atau layanan yang diperolehnya tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau sesuai perjanjian. Apabila syarat pidana terhadap pelaku usaha yang menipu konsumen dengan cara meniru dan memalsukan merek serta menjualnya kepada pelaku usaha terpenuhi, maka pidana pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dapat diterapkan. Dalam hal perlindungan konsumen, pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) atau pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun.

⁴³ Rida Ista Sitepu and Hana Muhamad, "Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia* 3, no. 2 (2021): 7–14.

⁴⁴ Ni Putu Trisna Widyantari and AA Ngurah Wirasila, "Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksihonestan Produk Pada Jual Beli Online," *Jurnal Hukum, Fakultas Hukum Universitas Udayana* 7, no. 8 (2019): 12–13.

SARAN

Barang palsu sering kali dijual dalam situasi di mana penjual gagal mengungkapkan informasi yang akurat, jujur, dan komprehensif tentang spesifikasi produk yang mereka tawarkan, konsumen harus lebih berhati-hati dan berhati-hati saat melakukan pembelian dan penjualan. Pelanggan akan kehilangan uang akibat hal ini. Pelanggan sebaiknya mengambil langkah proaktif untuk meminta imbalan kepada pelaku usaha guna mempertahankan haknya. Musyawarah atau penyelesaian di luar pengadilan merupakan suatu upaya yang memakan waktu dan tidak memerlukan biaya (non-litigasi). Melalui non-litigasi, konsumen dapat secara efektif membela hak-haknya yang diabaikan oleh entitas korporasi. Karena ketidaktahuan konsumen akan hak-haknya masih menjadi faktor penyebab utama, maka pendidikan hak-hak konsumen harus terus dilanjutkan. Pelanggan yang berani dan kritis dalam membela hak-hak mereka yang dirugikan juga diperlukan dalam pengungkapan insiden pelanggaran.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adhitya, Claudio Ricky, Fidelia Evangelyn Abigail, and Florence Hermawan. "Fighting Fake Fashion: Legal Protection Of Brand Owners Towards Counterfeit Branded Fashion Goods In The Lens Of Intellectual Property Law." *Anthology: Inside Intellectual Property Rights* 1, no. 1 (2023).
- Afif, Muhamad Shafwan, and Heru Sugiyono. "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia." *Jurnal USM Law Review* 4, no. 2 (2021): 565–585.
- Al Khanif, SH and others. *Pancasila Dalam Pusaran Globalisasi*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2017.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Arifin, Zaenal, and Muhammad Iqbal. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar." *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020): 47–65.
- Asriani, K, and Zulnahmar Alie. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Minuman Dan Makanan." *PETITUM* 6, no. 1 April (2018): 44–62.
- Atsar, Abdul, and Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Bafadhal, Thooyibah. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia: Kasus IKEA." *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018): 21–41.
- Bulqis, Andi Ratu, Marilang Marilang, and Erlina Erlina. "Penegakan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Di Kota Makassar." *Alauddin Law Development Journal* 1, no. 2 (2019).
- Cherenkov, Vitaly I, Sergei A Starov, and Igor V Gladkikh. "Brand Imitation in the Modern Simulacrum Market versus Marketing Ethics" (2020).
- Diantha, I Made Pasek, and MS Sh. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Dina Susiani, SH, and Dina MH. *Buku Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jember: pustaka abadi, 2020.
- Disemadi, Hari Sutra. *Mengenal Perlindungan Kekayaan Intelektual Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2023.
- Faisal, Faisal, and Istiqamah Istiqamah. "Hubungan Hukum Produsen Dengan Konsumen Retail Goods." *Alauddin Law Development Journal* 3, no. 1 (2021): 1–19.
- Handoko, Duwi. *Hukum Positif Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia (Jilid I)*. Pekanbaru: HAWA DAN AHWA, 2015.
- Hawin, Muhammad, and Budi Agus Riswandi. *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia*. Yogyakarta: Ugm Press, 2020.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2017.
- Howells, Geraint. "Protecting Consumer Protection Values in the Fourth Industrial Revolution." *Journal of Consumer Policy* 43, no. 1 (2020): 145–175.
- Irianto, Heru. "Model Niat Peralihan Konsumen Dari Pangan Konvensional Ke Pangan Organik (Studi Desain Eksperimental)." Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2015.
- Jotyka, Gossain, and I Gusti Ketut Riski Suputra. "Prosedur Pendaftaran Dan Pengalihan Merek Serta Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001." *Ganesha Law Review* 3, no. 2 (2021): 125–139.

- Juwita, SH and others. *Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum*. Yogyakarta: Stiletto Book, 2022.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Lestari, Ismiyati Riri Puji, and Tundjung Herning Sitabuana. "Analisa Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pemalsuan Merek Produk Gula Di Daerah Banyumas." *Jurnal Supremasi* (2023): 70–79.
- Lestari, Ismiyati Riri Puji, and Amad Sudiro. "Perlindungan Hukum Terhadap Kerugian Konsumen Atas Pemalsuan Merek Produk Beras." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 2263–2269.
- Makkawaru, Zulkifli and others. *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek*. Sukabumi: Farha Pustaka, 2021.
- Maulana, Insan Budi. *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*. Bandung: PT Citra aditya bakti, 2018.
- Melander, Goran, Gudmundur Alredson, and Leif Holmstrom, eds. *Kompilasi Instrumen Hak Asasi Manusia*. Kedua. Swedia: Raoul Wallenberg Institute, 2004.
- Muhtadi, Muhamad Ammar, and Sahrul Sahrul. "Hukum Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna Dan Tanggung Jawab Perusahaan." *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 09 (2023): 922–930.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Panjaitan, Hulman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021.
- Porajow, Kelvin Christian, Johny AF Kalangi, and Lucky F Tamengkel. "Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Manado." *Productivity* 1, no. 5 (2020): 446–452.
- Rizkia, Nanda Dwi, and Hardi Fardiansyah. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Penerbit Widina, 2022.
- Sanjaya, Gde Nanda Radithya Kresnantara, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear. Id Bali)." *Jurnal Interpretasi Hukum* 3, no. 2 (2022): 332–338.
- Shaleh, Ali Ismail, and Shabirah Trisnabilah. "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini." *Journal of Judicial Review* 22, no. 2 (2020): 291–300.
- Sitepu, Rida Ista, and Hana Muhamad. "Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Indonesia." *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia* 3, no. 2 (2021): 7–14.
- Thalib, Abd, and Muchlisin Muchlisin. *Hak Kekayaan Intelektual Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- Turnip, Sarah, Eddy Setyanto, and R. Hidayat. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah Di Kota Bekasi)." *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS* 5 (August 31, 2023): 252–269.
- Utomo, Bernadetta Lakshita Pradipta, Sudaryat Sudaryat, and Aam Suryamah. "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu Pada Platform Marketplace." *Wajah Hukum* 5, no. 1 (2021): 70–76.
- Valerie, Nadya, and Edbert Seligshan Horman. "Perlindungan Merek Terkenal Christian Dior Ditinjau Dari Konsep Dilusi Merek." *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* 4, no. 2 (2019): 231–242.
- Wicaksono, Agung, Muhammad Ra'uf Kurniawan, and Nisha Mafazati Indah Eka Pratiwi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Set Top Box Palsu Di E-Commerce." *Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 2, no. 4 (2022): 332–340.
- Widyantari, Ni Putu Trisna, and AA Ngurah Wirasila. "Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksesuaian Produk Pada Jual Beli Online." *Jurnal Hukum, Fakultas Hukum Universitas Udayana* 7, no. 8 (2019): 12–13.
- Yoyo Arifardhani, SH, and LL M MM. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Jakarta: Prenada Media, 2020.

“Data Lokasi Kasus/Provinsi.” *Badan Penelitian Dan Pengembangan Hukum Dan Hak Asasi Manusia*. Last modified 2018. Accessed October 30, 2018. http://sipkumham.balitbangham.go.id/pe_talitkumham/grafik.