

PERLINDUNGAN DAN PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK TERKENAL YANG TERJADI DI MARKETPLACE

Taufan Syahyudha Aziz, Terubus, Sudjai, Didit Darmawan, Arif Rachman Putra

Universitas Sunan Giri Surabaya

ABSTRACT

The development of technology and the internet has facilitated transactions through marketplaces, but it also increases the risk of counterfeiting famous marks. This research aims to identify the forms of famous mark counterfeiting in the marketplace, as well as evaluate the effectiveness of existing legal protection and law enforcement. Using a qualitative approach through a literature study, this research finds that counterfeiting of famous marks occurs in various forms and is often difficult to detect. Existing legal protections, such as the Trademark and Trade Law in Indonesia, still face various challenges in its implementation. Comprehensive measures involving the active role of brand rights holders, the government, and marketplace platforms are needed to improve the effectiveness of protection and enforcement against counterfeiting of famous marks. Strong implementation and synergy between relevant parties are expected to minimize the practice of counterfeiting famous marks and create a healthy trade climate.

Keywords: Brand counterfeiting, Marketplace, Legal protection, Internet technology, Online trade

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet telah membawa dampak yang signifikan di dunia perdagangan, terutama dengan maraknya perkembangan marketplace. Marketplace adalah platform online tempat orang-orang berkumpul untuk membeli dan menjual barang atau jasa. Di sinilah penjual dan pembeli dapat bertemu, dan transaksi dilakukan dengan menyediakan daftar produk, harga, deskripsi, dan banyak lagi (Faridi et al., 2023).

Marketplace mendisrupsi perdagangan tradisional, membuatnya lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang dan memberi kesempatan untuk berekspansi ke pasar global. Marketplace ternama seperti Amazon, eBay, dan Alibaba telah mengubah cara orang berbelanja dan menjual produk. Melalui marketplace, masyarakat dapat dengan mudah membeli berbagai barang dan jasa secara online tanpa harus pergi ke toko fisik. Mereka dapat menjelajahi berbagai produk dari berbagai penjual dalam satu platform yang nyaman. Marketplace juga memberikan kemudahan dalam hal pembayaran dan pengiriman barang, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan aman. Selain itu, marketplace juga memberikan kesempatan bagi individu atau usaha kecil untuk menjual produk mereka secara online tanpa harus memiliki toko fisik. Platform ini memberikan akses ke pasar yang lebih luas dan memungkinkan penjual untuk menjangkau konsumen di berbagai wilayah atau bahkan negara lain (Negara, 2023).

Marketplace telah membantu masyarakat untuk mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien. Namun, perkembangan marketplace juga membawa tantangan tersendiri. Persaingan yang ketat antara penjual, kekhawatiran terkait keamanan dan keaslian produk, serta masalah pengelolaan ulasan dan feedback dari konsumen menjadi beberapa isu yang perlu diperhatikan dalam perdagangan online melalui marketplace. Meski demikian, jangkauan yang luas dan faktor kemudahan menjadi penyebab utama para konsumen beralih menggunakan media belanja tersebut. Namun, kemudahan ini juga disertai dengan berbagai tantangan, salah satunya adalah maraknya fenomena pemalsuan merek terkenal di dalam platform jual-beli online tersebut. Pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama ini telah menimbulkan kerugian bagi konsumen, pemegang hak merek, serta berdampak pada persaingan usaha yang tidak sehat.

Pemalsuan merek merupakan masalah serius yang dihadapi oleh banyak perusahaan di era digital ini (Isnaeni et al., 2023). Di marketplace, penjual yang tidak bertanggung jawab dapat dengan mudah memasarkan produk palsu dengan memanfaatkan popularitas merek terkenal. Hal ini tidak hanya merugikan konsumen yang membeli produk palsu, tetapi juga merugikan perusahaan yang asli karena merusak reputasi mereka (Djaja, 2009). Pemalsuan merek juga menciptakan ketidakadilan dalam persaingan bisnis. Penjual yang sah dan menghasilkan produk berkualitas harus bersaing dengan penjual yang menjual produk palsu dengan harga yang lebih murah. Ini mengganggu ekosistem perdagangan online yang sehat dan dapat menghambat pertumbuhan bisnis yang sah.

Merek terkenal merupakan aset berharga bagi suatu perusahaan, yang telah dibangun melalui investasi besar dan waktu yang panjang. Pemalsuan terhadap merek-merek tersebut dapat mengganggu reputasi dan bisnis pemilik merek asli, serta menyesatkan konsumen yang tidak menyadari bahwa barang yang mereka beli adalah produk palsu (Manurung, 2021). Selain itu, praktik pemalsuan ini juga dapat merugikan ekonomi negara melalui hilangnya potensi penerimaan pajak, serta menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat.

Berbagai studi menunjukkan bahwa pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama terus meningkat dari tahun ke tahun. Laporan ICC (International Chamber of Commerce) menyebutkan bahwa nilai kerugian ekonomi global akibat pemalsuan produk mencapai hingga \$4,2 triliun pada tahun 2022 (ICC, 2023). Sementara itu, di Indonesia sendiri, Kementerian Perdagangan mencatat telah melakukan pemusnahan barang palsu senilai Rp 2,3 triliun pada tahun 2021 (Kemenperin, 2022).

Permasalahan ini menunjukkan pentingnya upaya perlindungan dan penegakan hukum yang efektif untuk mengatasi maraknya pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk-bentuk pemalsuan merek terkenal yang terjadi di marketplace.

Selain itu juga mengkaji dan mengevaluasi efektivitas perlindungan hukum yang tersedia bagi pemegang hak merek terkenal dalam menghadapi praktik pemalsuan di marketplace ternama.

Pada akhirnya harus ada upaya untuk menganalisis upaya-upaya penegakan hukum yang dapat dilakukan oleh pemegang hak merek terkenal, pemerintah, dan pihak terkait lainnya untuk mengatasi pemalsuan merek di marketplace ternama.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Sumber data yang digunakan berasal dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel berita, dan sumber-sumber lain yang relevan. Data-data tersebut kemudian dikumpulkan, diolah, dan dianalisis secara komprehensif untuk menjawab tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dunia modern, merek lebih dari sekadar logo dan nama; merek adalah simbol penting dari kepercayaan dan kualitas konsumen (Issalillah & Khayru, 2023). Merek-merek terkenal, khususnya, sangat dihargai di pasar karena reputasi dan kepercayaan yang telah mereka bangun dari waktu ke waktu. Namun, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi merek-merek ini adalah pemalsuan. Pemalsuan adalah masalah umum di dunia ritel, yang berdampak negatif pada reputasi merek, kepercayaan konsumen, dan ekonomi secara keseluruhan. Ada beberapa penyebab adanya pemalsuan. Merek-merek terkenal menawarkan nilai yang tinggi kepada konsumen karena pengakuan dan kepercayaan yang tinggi. Merek-merek ini sering kali menjual produk yang mahal, yang merupakan godaan besar bagi para pemalsu. Pemalsu menyalin logo dan desain merek terkenal dan menjualnya dengan harga yang lebih rendah, mengambil untung dengan mengelabui konsumen agar mengira bahwa barang palsu itu asli. Selain itu, kemajuan teknologi modern telah mempermudah pembuatan barang palsu (Hidayah, 2018). Pencetakan 3D, pemindaian resolusi tinggi, dan teknik pencetakan yang canggih telah meningkatkan kualitas barang palsu dan membuatnya hampir tidak dapat dibedakan dari barang asli. Teknologi-teknologi ini memudahkan para pemalsu untuk memproduksi barang palsu berkualitas tinggi dan mendistribusikannya ke pasar. Rantai pasokan global berkontribusi pada proliferasi barang palsu. Ketika produk melewati berbagai negara, barang palsu lebih mungkin tercampur dengan barang asli. Selain itu, undang-undang dan peraturan yang berbeda di berbagai negara dapat mempersulit penindakan terhadap barang palsu di negara-negara tertentu.

Masyarakat pengguna dari merek palsu memiliki toleransi terhadap perbedaan dengan merek asli (Sutedi, 2009). Produk palsu tidak memberikan kualitas yang sama kepada konsumen seperti produk asli, yang membuat konsumen frustrasi dan merusak kepercayaan mereka terhadap merek. Jika konsumen mengeluh setelah membeli produk palsu, citra merek akan tercoreng, yang dapat menyebabkan penurunan penjualan. Barang palsu menyebabkan hilangnya pendapatan langsung bagi merek. Ketika konsumen membeli produk palsu, merek kehilangan kesempatan untuk menjual produk

asli, dan mungkin juga harus menurunkan harga karena persaingan dari produk palsu. Hal ini mengakibatkan berkurangnya profitabilitas merek. Masalah pemalsuan dapat menyebabkan sengketa hukum (Mardikaningsih & Darmawan, 2023). Merek mungkin perlu mengambil tindakan hukum terhadap pemalsu dan distributor, yang dapat memakan biaya dan waktu. Selain itu, di beberapa negara, pemalsu terkait dengan organisasi kriminal, yang dapat semakin memperumit tindakan hukum.

Pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama dapat terjadi dalam berbagai bentuk, antara lain:

- a. Penjualan produk asli dengan merek palsu: Penjual menjual produk asli namun menggunakan merek terkenal yang palsu.
- b. Penjualan produk palsu dengan kemasan dan label merek terkenal: Penjual menjual produk palsu yang dibuat untuk menyerupai produk asli dari merek terkenal.
- c. Penjualan produk imitasi dengan merek terkenal: Penjual menjual produk imitasi yang mirip dengan produk asli merek terkenal.
- d. Penjualan produk curian dengan merek terkenal: Penjual menjual produk yang didapatkan dari pencurian barang berwarna merek terkenal.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Manurung (2021), praktik pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama telah menyebar luas dan semakin sulit untuk dideteksi, khususnya pada platform-platform besar seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lain-lain. Berbagai merek terkenal, baik dari dalam maupun luar negeri, telah menjadi target dari praktik pemalsuan ini. Meski dengan cara-cara yang samar, namun para pembeli memahami bahwa beberapa merek terkenal disengaja untuk dimodifikasi secara minimal agar mudah dikenali oleh konsumen.

Kerangka hukum yang tersedia untuk melindungi merek terkenal di Indonesia antara lain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Undang-Undang Merek memberikan perlindungan terhadap merek terdaftar, termasuk merek terkenal, dari tindakan pemalsuan dan pemboncengan. Namun, dalam praktiknya, perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terkenal masih menghadapi beberapa tantangan, di antaranya:

- a. Proses pendaftaran merek yang rumit dan memakan waktu lama.
- b. Keterbatasan sumber daya pemerintah dalam melakukan pengawasan dan penegakan hukum.
- c. Kurangnya koordinasi dan sinergi antara pemegang hak merek, pemerintah, dan pihak marketplace ternama.
- d. Adanya celah hukum yang dimanfaatkan oleh penjual produk palsu, seperti penggunaan merek tidak terdaftar atau merek yang mirip.

Hal ini menyebabkan perlindungan hukum yang tersedia belum cukup efektif dalam mengatasi maraknya pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama (Rahmanto, 2020).

Dalam upaya mengatasi pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama, diperlukan langkah-langkah penegakan hukum yang komprehensif, melibatkan berbagai pihak terkait. Peran pemegang hak merek terkenal dengan

melakukan pendaftaran merek secara tepat dan lengkap. Mereka juga dapat memantau secara aktif kemunculan produk palsu di marketplace ternama serta mengajukan laporan dan gugatan hukum terhadap penjual produk palsu (Abdugopirovich, 2021). Mereka dapat bekerja sama dengan pihak marketplace untuk menghapus listing produk palsu.

Peran Pemerintah dapat memperkuat penegakan hukum melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan Kepolisian. Selain itu juga dapat meningkatkan koordinasi antara instansi terkait, seperti Kementerian Perdagangan, Kepolisian, dan Bea Cukai serta menerapkan sanksi yang lebih tegas bagi pelaku pemalsuan merek, termasuk penjual di marketplace ternama. Pemerintah juga dapat memfasilitasi kerja sama antara pemegang hak merek, pemerintah, dan platform marketplace ternama.

Marketplace harus menginvestasikan dalam teknologi canggih untuk mendeteksi produk palsu secara proaktif. Penggunaan teknologi seperti machine learning dan artificial intelligence dapat membantu mengenali pola dan indikasi produk palsu berdasarkan data yang ada. Implementasi sistem ini memerlukan tim ahli yang terus memperbarui algoritma dan data. Teknologi blockchain dapat digunakan untuk memastikan keaslian produk melalui sistem verifikasi yang transparan dan tidak dapat diubah. Dengan menggunakan blockchain, setiap produk dapat dilacak asal-usulnya, sehingga mempersulit pemalsuan. Investasi dalam teknologi ini dapat memberikan perlindungan jangka panjang bagi merek dan konsumen.

Peran marketplace dapat memperketat prosedur verifikasi dan registrasi penjual di platform. Hal ini meliputi proses verifikasi penjual yang lebih ketat, pemantauan berkelanjutan, dan penutupan akun penjual yang melanggar aturan. Marketplace dapat mengembangkan sistem deteksi dini dan pemantauan produk palsu secara proaktif dan menerapkan sanksi yang tegas bagi penjual produk palsu, termasuk penutupan toko. Marketplace dapat meningkatkan kerja sama dengan pemegang hak merek dan pemerintah dalam penegakan hukum. Manajemen marketplace harus bekerja sama dengan penegak hukum untuk memastikan bahwa penjual yang terlibat dalam pemalsuan merek ditindak tegas. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas perlindungan dan penegakan hukum terhadap pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama. Kerja sama dengan otoritas hukum dapat mencakup penyediaan bukti untuk proses hukum dan mempermudah tindakan penegakan.

Marketplace perlu menyediakan informasi yang jelas kepada konsumen tentang risiko membeli produk palsu dan cara mengidentifikasi produk asli. Konsumen modern cenderung mempertimbangkan merek sebagai faktor penentu dalam keputusan pembelian. Perlindungan hukum menciptakan jaminan bahwa merek telah diakui dan diakui oleh otoritas hukum, sehingga memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa mereka berurusan dengan entitas yang sah dan dapat dipercaya (Berutu et al., 2021). Selain itu, penjual harus diberi edukasi tentang aturan yang berlaku dan konsekuensi hukum dari menjual produk palsu. Kampanye edukasi dapat dilakukan melalui media sosial, email, dan website marketplace.

Marketplace harus membangun hubungan yang erat dengan pemegang merek terkenal untuk memfasilitasi identifikasi dan penanganan produk palsu. Pemegang merek dapat memberikan data dan informasi tentang produk mereka yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi pemalsuan. Kolaborasi ini bisa berupa penyelenggaraan seminar atau lokakarya untuk membahas tantangan dan solusi bersama.

Marketplace harus menerapkan sanksi yang lebih tegas bagi penjual yang terlibat dalam pemalsuan merek. Selain penutupan akun, penjual yang melanggar bisa dikenakan denda atau tindakan hukum. Sanksi yang tegas akan menjadi deterrent bagi penjual lain yang berencana melakukan tindakan serupa. Manajemen marketplace harus memastikan bahwa semua tindakan penegakan hukum dilakukan dengan transparan dan akuntabel. Laporan reguler tentang upaya penegakan hukum dan hasilnya harus disampaikan kepada pemegang merek dan konsumen. Transparansi ini akan membangun kepercayaan dan menunjukkan komitmen marketplace memerangi pemalsuan.

Marketplace harus memanfaatkan data pengguna untuk menganalisis tren dan pola pembelian yang mencurigakan. Data analitik dapat membantu dalam mengidentifikasi potensi penjual produk palsu dan memungkinkan tindakan pencegahan lebih awal. Data ini harus dikelola dengan menjaga privasi pengguna sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Manajemen perlu menambah tim pengawasan yang bertugas memantau aktivitas di platform. Tim ini harus terdiri dari para ahli yang berpengalaman dalam mengidentifikasi produk palsu dan bekerja sama dengan pihak hukum untuk mengambil tindakan yang diperlukan. Pengawasan yang intensif akan membantu menjaga integritas platform dan melindungi konsumen.

Marketplace yang beroperasi di beberapa negara perlu memastikan bahwa mereka mematuhi hukum perlindungan merek internasional. Kerjasama dengan otoritas hukum di berbagai negara akan membantu dalam penegakan hukum yang lebih efektif. Marketplace juga perlu memahami dan mematuhi regulasi perlindungan konsumen di masing-masing negara.

Marketplace harus secara berkala mengevaluasi efektivitas strategi penegakan hukum dan perlindungan merek yang diterapkan. Hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan strategi agar tetap relevan dengan dinamika pasar dan teknologi yang berkembang.

Dengan implementasi langkah-langkah ini, diharapkan pemalsuan merek terkenal di marketplace dapat diminimalisir, sehingga memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen dan pemegang merek, serta menciptakan iklim perdagangan yang sehat dan adil.

PENUTUP

Pemalsuan merek terkenal yang terjadi di marketplace telah menimbulkan berbagai kerugian bagi konsumen, pemegang hak merek, serta berdampak pada persaingan usaha yang tidak sehat. Meskipun terdapat kerangka hukum yang tersedia untuk melindungi merek terkenal, perlindungan hukum yang ada belum cukup efektif dalam mengatasi maraknya praktik pemalsuan ini.

Upaya penegakan hukum yang komprehensif, melibatkan peran aktif pemegang hak merek, pemerintah, dan platform marketplace ternama, menjadi kunci untuk mengatasi masalah ini. Langkah-langkah seperti pemantauan aktif, penindakan tegas, serta peningkatan kerja sama antar pihak terkait perlu dilakukan secara berkelanjutan.

Dengan adanya perlindungan dan penegakan hukum yang lebih efektif, diharapkan praktik pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama dapat diminimalisir, sehingga dapat menciptakan iklim perdagangan yang sehat dan melindungi hak-hak konsumen serta pemegang merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdugopirovich, Y. A. (2021). Types of Legal Protection of a Trademark (Service Mark) in Foreign Countries: The Example of the Madrid System. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 1068-1073.
- Berutu, C. A. N., S. Elfira, M. S. Tambuwun, & E. S. Sitohang. (2021). Legal Protection for Brand Right Owner Famous for His Brand Immediate. *Syiah Kuala Law Journal*, 5(2), 222-229.
- Djaja, E. (2009). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Faridi, F., D. Darmawan, R. Hardyansah, A. R. Putra, A. S. Wibowo. (2023). Legal Protection for Online-Based Lending Consumers, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 4(2), 34-38.
- Hidayah, K. (2018). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Malang.
- ICC. (2023). Global Impacts: The economic impacts of counterfeiting and piracy. International Chamber of Commerce. <https://iccwbo.org/publication/global-impacts-study/>
- Isnaeni, M., D. Darmawan, S. Sutriyono, D. Sulistiono, & A. D. Octavianto. (2023). The Crime of Brand Counterfeiting In Commerce, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 3(2), 101-118.
- Issalillah, F. & R. K. Khayru. (2023). Review of Generation Z Response to Telemedicine in Surabaya City. *Journal of Science, Technology and Society*, 4(1), 25-34.
- Manurung, R. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal dari Praktik Pemboncengan dan Pemalsuan di Marketplace. *Jurnal Hukum Bisnis*, 12(2), 15-32.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. (2023). An Integrative Conceptualization for Copyright Management in a Business Context. *Legalis et Socialis Studiis*, 1(2), 14-24.
- Negara, D.S. & D. Darmawan. (2023). Digital Empowerment: Ensuring Legal Protections for Online Arisan Engagements. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 2(2), 13-19.
- Rahmanto, A. N. (2020). Perlindungan Hukum Merek Terkenal dalam Perdagangan Elektronik. *Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 11(2), 1-15.
- Sutedi, A. (2009). *Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditaya Bakti, Jakarta.