

## Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen?

<sup>1</sup>Abigail Natalia Bukit, <sup>2</sup>Nadia Carolina Weley, <sup>3</sup>Ranty Angriyani Harahap, <sup>4</sup>Hari Sutra Disemadi

<sup>1-4</sup> Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Indonesia

E-mail Koresponden: [1951063.nadia@uib.edu](mailto:1951063.nadia@uib.edu)

### Abstrak

Fenomena barang merek palsu yang terjadi sekarang sangatlah marak di pasaran apalagi selama masa pandemi banyak oknum nakal yang semakin melancarkan aksinya. Akibatnya banyak peredaran barang merek palsu dikalangan sekitar masyarakat. Masyarakat banyak tertarik terhadap barang tiruan karena merasa harganya terjangkau baik untuk masyarakat kelas atas, menengah, dan bawah, barang yang dijual juga banyak di pasaran tidak seperti barang asli yang hanya didapatkan di tokonya langsung, bagi mereka sebagai konsumen barang palsu tidak pernah mendapatkan kecacatan ataupun rusak dalam barang selama pembelian berlangsung. Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja fenomena barang merek palsu yang telah terjadi di Batam serta bagaimanakah bentuk perlindungan konsumen terhadap pemakainya. Penelitian ini diharapkan mampu untuk para pembeli lebih berhati-hati dalam membeli suatu barang. Metode penelitian yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif, yaitu melakukan dan mengambil data dari responden yang penulis berikan. Selanjutnya, data tersebut kami olah untuk kebutuhan penelitian penulis. Hasil penelitian kali ini adalah bahwa masyarakat kota Batam harus lebih cermat dalam membeli suatu barang karena jika membeli barang merek palsu ada hukum yang mengatur dan pastinya hak perlindungan konsumen terjaga. Tindak pidana dari pelanggaran hak merek bersifat delik aduan dimana hanya dapat ditindak jika adanya aduan dari pihak yang telah dirugikan. Dengan demikian, upaya pengurangan barang-barang palsu khususnya di kota Batam sangatlah perlu untuk dilakukan karena dapat merugikan pemilik dari merek yang asli dan melanggar hak dari si pencipta.

**Kata Kunci: Merek Palsu, Hak, Perlindungan Konsumen**

### Abstract

*The phenomenon of counterfeit brand goods that is happening now is very widespread in the market, especially during the pandemic, many naughty people are increasingly launching their actions. As a result, there is a lot of circulation of counterfeit brand goods among the community. Many people are attracted to counterfeit goods because they feel that the prices are affordable for the upper, middle, and lower classes, there are also a lot of goods sold in the market, not like genuine goods which are only found in the shop directly, for them as consumers of counterfeit goods, they never get defects or defects. damaged in the goods during*

*the purchase. The purpose of this research is to find out what are the phenomena of counterfeit branded goods that have occurred in Batam and what are the forms of consumer protection for the wearer. This research is expected to be able to make buyers more careful in buying an item. The research method that we use in this study is a qualitative approach, namely conducting and taking data from the respondents that the authors provide. Furthermore, we processed the data for the needs of the author's research. The results of this study are that the people of Batam must be more careful in buying an item because if they buy fake branded goods there are laws that regulate and of course the rights of consumer protection are maintained. The crime of violating trademark rights is a complaint offense which can only be dealt with if there is a complaint from the party who has been harmed. Thus, efforts to reduce counterfeit goods, especially in the city of Batam, are very necessary because they can harm the owner of the original brand and violate the rights of the creator.*

**Keywords: Counterfeit Brand, Rights, Consumer Protection**

## **A. PENDAHULUAN**

Kemajuan industrialisasi di Indonesia khususnya di Kota Batam, sering kali tidak diikuti dengan adanya penghargaan dan pendaftaran Kekayaan Intelektual melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).<sup>1</sup> Pemanfaatan merek-merek terkenal dimanfaatkan pedagang nakal demi meraup keuntungan yang besar dibandingkan dengan menggunakan mereknya sendiri.<sup>2</sup> Mensiasati produk dengan cara menggabungkan barang-barang *branded* yang original dengan yang tidak original, sehingga secara nyata terlihat seperti barang yang original, harga yang dikeluarkan produsen dan distributor nakal juga sering kali menggunakan harga dari barang yang original sehingga menimbulkan kerugian pada konsumen.<sup>3</sup>

Media sosial online merupakan wadah yang tepat untuk membeli dan menjual barang di pasaran, dikarenakan sedang pandemi seperti ini. masyarakat lebih senang untuk membeli di online karena kita tidak perlu keluar untuk membeli barang yang kita inginkan. Cukup dengan bermodalkan gadget dan sosial media maka kita langsung menemukan beragam pilihan barang yang menarik. berbisnis di media sosial cukup menggiurkan dimasa sekarang, maka daripada itu perjanjian jual beli antar penjual dilaksanakan di sosial media tersebut. Dengan banyaknya nilai positif yang kita ketahui tentang penjualan barang sosial di media, banyak

---

<sup>1</sup> Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2011). Struktur Organisasi. <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual>. Diakses pada 8 oktober 2021.

<sup>2</sup> Panjaitan, M. (2017). Analisis yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang Yang Memakai Merek Tiruan (Tinjauan Dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Penggunaan). *Tanjungpura Law Journal*, hlm 26.

<sup>3</sup> Nafri, Moh. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 53-54.

pula dampak negatif yang diberikan mulai dari wanprestasi sang penjual, kesalahpahaman dalam informasi antar penjual dan pembeli, penjualan barang merek palsu, dan macam-macam kerugian yang dapat dilakukan demi mendapat profit dan keuntungan yang besar. tentunya pasti akan merugikan pihak lain.

Keadaan yang seperti ini, memudahkan kita untuk melakukan transaksi di luar negara atau berbasis internasional. Para penjual tidak perlu susah susah mengharapkan distributor dalam mendistribusikan barang dengan mereka, cukup dengan pandai menggunakan internet maka sudah bisa mendistribusikan serta mempromosikan bahkan langsung menjualnya ke target konsumen yang dituju. Para distributor modern tidak perlu lagi untuk menyiapkan gudang besar untuk menampung barang-barang produsen, yang mereka lakukan hanyalah membuat skema penjualan jual beli online sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*). Merek mengalami evolusi dalam segala hal, dan telah menjadi bagian dari kebudayaan yang bernilai ekonomis yang saat itu belum mengetahui perihal perlindungan Kekayaan Intelektual.<sup>4</sup> Pada era ini, penggunaan merek tidak hanya dipergunakan untuk menjadi pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya, tetapi juga memiliki peranan dalam merepresentasikan pemilik dari penjual barang dan/atau jasa.<sup>5</sup>

Merek merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Kekayaan Intelektual (KI) yang telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (yang selanjutnya disebut UU Merek & Indikasi Geografis). UU Merek dan Indikasi Geografis diciptakan dari hasil ratifikasi sebuah konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*) dan Konvensi Paris (*Paris Convention for the Protection of Industrial Property*) yang membuat Indonesia tidak dapat menolak dan patuh serta menyesuaikan undang-undang yang mengatur tentang merek di Indonesia dengan ketentuan yang diatur oleh internasional.<sup>6</sup> Merek dagang seperti yang diatur di dalam UU Merek & Indikasi Geografis berguna untuk menunjukkan asal dari barang tersebut (*Indication of Origin*)<sup>7</sup> dan menunjukkan tanda serta ciri khas dari sebuah produk. Merek-merek terkenal yang dimanfaatkan pada saat ini sudah mulai banyak beredar di kalangan masyarakat karena menjanjikan keuntungan

---

<sup>4</sup> Permata, R. R., Ramli, T. S., & Utama, B. (2019). Tinjauan Kasus Tentang Dilusi Merek. *Jurnal UII, vol (2)*, hlm 5.

<sup>5</sup> Rafianti, L. & Amirulloh, M. (2008). Perlindungan merek Terkenal Di Indonesia Berdasarkan Ketentuan Hukum Internasional Dibandingkan Dengan Trademark Dilution Revision Act of 2006 Amerika Serikat. *Laporan Penelitian Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung*, hlm. 7.

<sup>6</sup> Kurnia, A. J. (2019). Regulasi yang Berlaku Seputar Merek di Indonesia. <http://www.hukumonline.com>, Diakses pada 10 Oktober 2021.

<sup>7</sup> Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. *Jurnal Hukum Diktum, 14(1)*.107-109.

yang besar dan berkali-kali lipat dibandingkan dengan menggunakan mereknya sendiri.<sup>8</sup> Sebelum melanjutkan mengenai merek dagang tidak original, lebih dulu harus mengetahui perbedaan antara merek dagang Original, dan merek dagang Tidak Original, maksud dari jenis-jenis merek tersebut akan di jelaskan sebagai berikut:

Merek dagang original adalah merek dagang yang telah didaftarkan ke DJKI dan pemiliknya sudah memiliki hak eksklusif dan hak moral terhadap merek yang sudah ia daftarkan. Produk atau barang yang menggunakan merek original yang sudah didaftarkan tentu akan bernilai lebih tinggi namun memiliki kualitas yang lebih bagus pula, sedangkan Merek dagang tidak original adalah merek dagang yang tidak didaftarkan. Sehingga produk atau barang yang menggunakan merek tidak original hanya menumpang nama dengan merek dagang original, kualitas yang dimiliki pun lebih rendah dan mudah didapatkan dengan harga terjangkau. Ada banyak alasan mengapa produsen dan distributor nakal memanfaatkan dan menjajakan barang dagangan yang tidak original menggunakan merek-merek terkenal, salah satunya adalah agar produk atau barang tersebut mudah dijual dan merek tersebut tidak perlu dan tidak dibutuhkan untuk mengurus nomor pendaftaran ke DJKI, alasan lainnya adalah bahwa produsen nakal juga tidak perlu merogoh kantong yang dalam jumlah besar untuk membangun citra produknya (*brand image*). Hal ini juga menguntungkan para produsen nakal, karena mereka tidak perlu membangun banyak kelompok dan staff riset dan pengembangan untuk dapat menghasilkan serta memiliki produk yang selalu terdepan dan *up to date*, karena para produsen nakal ini dapat dengan mudahnya menduplikasi produk milik orang lain dan untuk melakukan pemasaran serta menjajakan barangnya, para produsen nakal ini biasanya bekerja sama dengan distributor nakal yang siap menerima produk tidak original tersebut.<sup>9</sup>

Merek dapat dibedakan berdasarkan pada reputasi ataupun eksistensinya, diantaranya adalah *normal marks* (merek biasa), *well known marks* (merek terkenal), dan *famous marks* (Merek termahsyur).<sup>10</sup> Merek biasa merupakan merek yang telah didaftarkan dan beredar di masyarakat. Dan terkhusus untuk merek terkenal diberikan pengertian sebagai merek yang mempunyai reputasi yang baik dan tinggi, merek tersebut juga memiliki ekspansi yang luas dan dianggap menarik oleh konsumen, sehingga produk yang berada di bawah naungan merek

---

<sup>8</sup> Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya : Qiara Media.

<sup>9</sup> Wijaya, G. & Yani, A. (2000). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm. 69.

<sup>10</sup> Riswandi, B. A. & Syamsudin, M. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, hlm 87.

tersebut akan menimbulkan sebuah *familiar attachment* atau sentuhan familiar dan *mythical context* atau ikatan mitos kepada semua jenis kalangan masyarakat.

Perlindungan konsumen menjadi salah satu hal yang wajib untuk melindungi konsumen<sup>11</sup> dalam memilah dan membeli produk dari produsen dan distributor nakal yang menggunakan merek tidak original sehingga menghasilkan barang-barang tidak original pula. Barang-barang tersebut sering kali terlihat sama, namun memiliki kualitas yang berbeda, apabila konsumen tidak jeli dalam menilai produk tersebut, bisa saja tertipu dan membayar barang tersebut dengan harga yang setara dengan produk yang sebenarnya. Perlindungan konsumen terkait penipuan terhadap merek tentu saja harus ditanggung oleh pelaku usaha, dan harus mengganti rugi seperti yang diatur di dalam Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut sebagai UU Perlindungan Konsumen) yang berbunyi, “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Banyak sekali kasus-kasus tentang peredaran barang palsu, yang pertama kami menemukan sebuah kasus yaitu “3.900 barang bermerek palsu disita dari manga dua dan senen”<sup>12</sup>, “312 sepatu bermerek disita di ITC”, “Miris, Software Palsu Masih Laku karena Harga Miring”<sup>13</sup> yang setelah kami kaji berdasarkan para pakar ahli hukum yaitu karena sudah canggihnya teknologi sehingga praktik jual beli yang terjadi di digital semakin banyak para konsumen pun menjadi lebih mudah dan efisien sehingga banyak tersebar di platform *e-commerce* oleh pihak-pihak yang nakal. Selain itu para penjual merasa menjual barang palsu adalah hal yang biasa saja karena konsumen lebih tertarik memakai barang palsu tidak hanya karena harganya terjangkau tapi kualitasnya tidak kalah jauh dari barang asli. Harganya pun bisa terbanting drastis. Yang barang asli bisa dapat di pasaran seharga puluhan juta sedangkan barang palsu hanya dibandrol dengan harga ratusan ribu. Akibat kecanggihan teknologi juga sangat susah untuk membasmi para penjual nakal karena identitas yang ditemukan adalah identitas palsu sehingga para penegak hukum susah mendapatinya. Mengingat penelitian-penelitian ini sebelumnya sudah dilakukan terlebih dahulu yaitu oleh Ina Kurniawan yang berfokus pada akibat penjualan barang palsu di tahun 2016. Penelitian oleh Paulina Kasih yaitu bagaimana tentang perlindungan hukum bagi

---

<sup>11</sup> Widjaja, G. (2003). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen Vol 2*. Jakarta : Gramedia, hlm 12.

<sup>12</sup> Prastiwi, D. (2015). *3.900 Barang Bermerek Palsu Disita dari Manga Dua dan Senen*. <http://liputan6.com>, Diakses pada 10 Oktober 2021.

<sup>13</sup> Hidayatullah, A. & Halidi, R. (2017). *Miris, Software Palsu Masih Laku di Indonesia karena Harga Miring*. <http://suara.com>, Diakses pada 11 Oktober 2021.

masyarakat terhadap peredaran barang palsu, menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yuridis terhadap peredaran barang palsu kepada masyarakat umum dan bagaimana pemerintah dapat mencegah perbuatan tersebut. Penelitian tersebut lebih ditekankan alasan kenapa banyak masyarakat lebih memilih barang palsu tanpa tahu ada akibat hukum dan apa saja hukum yang mengatur tentang perlindungan para pemakai barang palsu tersebut yang dilakukan pada tahun 2017. Maka berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya terdapat beberapa perbedaan fokus penelitian yang dilakukan penulis yaitu tentang bagaimana perlindungan konsumen terhadap pemakai barang palsu terutama di kota Batam karena banyaknya kasus yang beredar di Batam salah satunya yaitu penipuan warga Batam jual tes bermerek di instagram.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum empiris, yang dilakukan di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Metode ini merupakan metode penelitian yang mempergunakan data primer untuk sumber data utamanya. Metode ini digunakan untuk melihat hukum dalam kegiatan nyata dengan cara meneliti ataupun terjun langsung untuk mengetahui fakta-fakta kebenarannya. Data yang didapatkan dapat berupa hasil wawancara, observasi, kuisisioner dan sebagainya. Namun, pada kesempatan kali ini menggunakan kuisisioner untuk mencari fakta-fakta tentang penelitian yang diangkat.<sup>14</sup> Pendekatan analisis yang digunakan adalah pendekatan secara kualitatif, yaitu melakukan dan mengambil data dari responden, yang kami berikan selanjutnya penulis mengolah data tersebut. Pendekatan secara kualitatif dilakukan agar dapat mendapat jawaban hasil penelitian ini. Pada penelitian secara kualitatif ini melihat cara pandang para koresponden secara menyeluruh dan terinci terhadap sesuatu yang sedang dialami.<sup>15</sup>

## **C. HASIL DAN ANALISIS / ANALISIS**

### **1. Fenomena Produk dengan Merek Palsu yang Diperjualbelikan di Kota Batam**

Kota Batam adalah kota yang merupakan bagian daripada Kepulauan Riau, namun Kota Batam bukanlah ibukota provinsi dari Kepulauan Riau itu sendiri. Kota Batam dikenal sebagai jalur perdagangan bebas atau biasa disebut FTA (*Free Trade Zone*).<sup>16</sup> FTA adalah suatu kebijakan yang diberikan oleh pemerintah

---

<sup>14</sup> Jonaedi, E & Johny, I. (2018). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group

<sup>15</sup> Syahril, N. (2016). *metode penelitian kualitatif*, hlm 54-56

<sup>16</sup> Yealta, D. (2015). *Implikasi Free Trade Zone Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Transnasional, hlm. 1853.



Indonesia dan diolah oleh otonomi setempat yaitu BP Batam<sup>17</sup> menjadi kawasan jalur perdagangan bebas serta pelabuhan bebas, di mana di pelabuhan Kota Batam, Kabupaten Bintan, dan Kabupaten Karimun sudah mempunyai izin bebas pajak terhadap barang ekspor-impor yang telah berlaku mulai 1 April 2009 oleh Menteri Keuangan dan Menteri Perdagangan.<sup>18</sup> Akibatnya, membuat barang-barang mudah keluar dan masuk, selain itu penjualan barang bermerek di Batam juga telah menjadi suatu daya tarik wisatawan luar yang berkunjung ke Batam.<sup>19</sup> Akibat dari besarnya minat para wisatawan terhadap barang bermerek menjadikan para distributor dan pedagang nakal menjajakan barang dengan merek palsu untuk ikut terjun ke dalam perputaran ekonomi yang menguntungkan bagi mereka di Batam.<sup>20</sup>

Penggunaan barang-barang dengan merek palsu merupakan salah satu permasalahan yang merugikan baik bagi pemilik merek ataupun konsumen yang menggunakannya.<sup>21</sup> Tindakan penyelewengan oleh merek dagang yang sama menjadikan adanya pelanggaran atas hak pemegang merek dagang dalam kekayaan intelektual.<sup>22</sup> Secara teoritis, pemalsuan barang dagang menunjukkan pada pelanggaran hak merek dagang dan di dalamnya praktek terhadap tindakan ini dilaksanakan membuat produk atau barang tersebut sengaja dibuat sangatlah mirip dengan produk yang aslinya. Kadang-kadang, hal tersebut dapat membuat pemakai bingung dalam memiliki atau mencari produk asli yang mereka inginkan untuk di beli. Sebuah merek mempunyai suatu peranan penting dalam sebuah produk selain untuk memperkenalkan produk dari sebuah perusahaan maupun toko tersebut. Didalam produk suatu merek dapat berfungsi sebagai daya pembeda sebuah barang maupun jasa yang memiliki karakteristik pada suatu

---

<sup>17</sup> <https://bpbatam.go.id/>

<sup>18</sup> Atmajaya, K. (2016). *Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Kepulauan Riau*. *UIB Law Journal*.

<sup>19</sup> Tyas, W. W. (2020). *7 Mall di Batam Jadi Surga Wisata Belanja, Berburu Fashion Item dan Gadget Sampai Kalap*. <https://batam.tribunnews.com/2020/02/22/7-mall-di-batam-jadi-surga-wisata-belanja-berburu-fashion-item-dan-gadget-sampai-kalap>. Diakses pada 23 November 2021.

<sup>20</sup> Zuhri, M. (2016). *Jual Sepatu KW Merek Terkenal, Pedagang di Batam Untung Besar*. [https://www.batamnews.co.id/berita-12472-jual-sepatu-kw-merek-terkenal-pedagang-di-batam-untung-besar.html?fb\\_comment\\_id=1203563609684252\\_1204204026286877](https://www.batamnews.co.id/berita-12472-jual-sepatu-kw-merek-terkenal-pedagang-di-batam-untung-besar.html?fb_comment_id=1203563609684252_1204204026286877). Diakses pada 23 November 2021.

<sup>21</sup> Rakyat Merdeka. (2014). *Kerugian Akibat Peredaran Barang Palsu Capai Rp 65 T*. <https://kemenperin.go.id/artikel/9703/Kerugian-Akibat-Peredaran-Barang-Palsu-Capai-Rp-65-T>. Diakses Pada 23 November 2021.

<sup>22</sup> Sinaga, A. N. & Ferdian, M. (2020). *Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce)*. *Jurnal Hukum : Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta*. Hlm, 77.

barang ataupun jasa sejenis yang diproduksi sebuah perusahaan yang beragam.<sup>23</sup> Dalam posisi suatu merek dapat dipengaruhi juga oleh mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan strategi pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas, atau reputasi dari barang dan jasa dengan merek tertentu.<sup>24</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan di Kota Batam mengenai fenomena penggunaan merek palsu yang ditarik dari responden adalah sebagai berikut:

**Tabel.1** Karakteristik Responden

| No. | Karakteristik        | Jumlah Responden | Presentase (%) |
|-----|----------------------|------------------|----------------|
| 1.  | <b>Jenis Kelamin</b> |                  |                |
|     | Laki-laki            | 79               | 71,2%          |
|     | Perempuan            | 32               | 28,8%          |
| 2.  | <b>Usia</b>          |                  |                |
|     | < 18 Tahun           | 13               | 11,7%          |
|     | 18 – 24 Tahun        | 85               | 76,6%          |
|     | 25 – 30 Tahun        | 5                | 4,5%           |
|     | 31 – 35 Tahun        | 2                | 1,8%           |
|     | > 35 Tahun           | 6                | 5,4%           |
| 3.  | <b>Pekerjaan</b>     |                  |                |
|     | Pelajar/Mahasiswa    | 84               | 76,6%          |
|     | Buruh/Karyawan       | 9                | 8,1%           |
|     | Pengusaha            | 5                | 4,5%           |
|     | Pegawai Swasta       | 6                | 5,4%           |
|     | Ibu Rumah Tangga     | 5                | 4,5%           |
|     | Lain-lain            | 1                | 0,9%           |

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 111 responden, data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 79 responden (71,2%), kelompok umur 18-24 tahun dengan jumlah 85 responden (76,6%), dan pelajar atau mahasiswa sebanyak 84 responden (76,6%).

**Tabel.2** Peminatan Masyarakat dalam Membeli Produk

| No | Peminatan                | Jumlah Responden | Presentase |
|----|--------------------------|------------------|------------|
| 1. | Menggunakan Produk Palsu |                  |            |

<sup>23</sup> Habibi, M. R. & Saidah, R. L. (2020). Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Sebagai Jaminan Tamabahan Pada Perbankan. *Jurnal Hukum: UIN Sunan Ampel Surabaya*. Hlm, 3.

<sup>24</sup> Sulastri, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek", *Jurnal Yuridis*, Vol. 5 No. 1, 2018, h. 162.



|           |                                  |    |       |
|-----------|----------------------------------|----|-------|
|           | Pernah                           | 86 | 77,5% |
|           | Tidak Pernah                     | 25 | 22,5% |
| <b>2.</b> | <b>Penipuan Pembelian Produk</b> |    |       |
|           | Pernah                           | 42 | 62,2% |
|           | Tidak Pernah                     | 69 | 37,8% |
| <b>3.</b> | <b>Kenyamanan Penggunaan</b>     |    |       |
|           | Produk Original                  | 96 | 86,5% |
|           | Produk Palsu                     | 15 | 13,5% |

Pada Tabel.2 disajikan peminatan masyarakat terhadap pembelian produk yang ingin digunakan, mayoritas responden pernah menggunakan produk dengan merek palsu sebanyak 86 responden (77,5%) dan membelinya dengan sengaja. Selain itu, masyarakat juga mayoritas tidak pernah tertipu saat membeli produk karena membelinya karena memang lebih memilih produk palsu dengan beberapa faktor sebanyak 69 responden (37,8%). Namun, untuk kenyamanan, masyarakat cenderung lebih memilih menggunakan produk original sebanyak 96 responden (86,5%). Faktor masyarakat membeli barang dengan merek palsu ditampilkan di Tabel 3.

**Tabel.3 Faktor Masyarakat Memilih Barang Palsu**

| No | Faktor   | Jumlah Responden | Presentase |
|----|--|------------------|------------|
| 1  | Harga yang terjangkau  | 62               | 55,9%      |
| 2  | Mudah didapatkan baik secara online ataupun di toko terdekat | 16               | 14,4%      |
| 3  | Stok dan Produk cenderung lebih banyak dan bervariasi        | 7                | 6,3%       |
| 4  | Tampilan yang serupa dengan produk asli                      | 26               | 23,4%      |

Dari hasil yang telah kami dapatkan, sebanyak 62 responden (55,9%) memilih untuk memberi barang palsu dikarenakan didapatkan dengan harga yang terjangkau. Memang, pada masa ini barang palsu lebih menggiurkan dan bahkan tampilannya pun dapat dikatakan serupa dengan yang asli, walaupun, masih ada beberapa hal yang berbeda namun itu hanya detil kecil. Tidak jarang barang palsu yang beredar dengan harga murah ini juga mengikuti spek asli dari barang yang dijiplak. Masyarakat sebanyak 16 responden (14,4%) memilih barang palsu karena mudah di dapatkan baik di toko online ataupun toko terdekat yang mudah ditemui, pedagang nakal pun sudah tidak hanya memanfaatkan took offline sebagai sumber pencaharian mereka, namun juga menggunakan toko online dan menjajakan barangnya melalui live ataupun menawarkan melalui iklan yang

berlalu lalang baik di social media ataupun di took belanja online. Tidak sampai disitu, sebanyak 26 responden (23,4%) memilih untuk membeli abrang palsu akrena memiliki tampilan yang serupa dengan produk aslinya. Apalagi, terkadang tampilan tersebut memiliki detil yang menyerupai aslinya dan sangat disayangkan masyarakat lebih tertarik dengan hal tersebut tanpa memperhatikan kerugian yang akan dialami, tidak hanya untuk personalnya tetapi juga untuk penjual dan pemilik merek asli dari barang yang telah ia beli.

Masyarakat pada masa ini, lebih memilih untuk menampilkan apa yang mereka ingin tampilkan dan menutup rasa gengsinya walapun tidak sesuai dengan jumlah pendapatan yang dimiliki, sehingga memutuskan untuk membeli barang palsu karena harga yang dijangkau, tidak seperti barang original yang bisa dimiliki dengan harga mahal dengan harga puluhan juta bahkan ratusan. Sangat disayangkan, bagi mereka kamu menengah yang ingin membeli barang original, jadi mereka lebih memilih barang merek palsu dengan kualitas yang tidak beda jauh dengan barang original. Secara juga barang merek palsu sangat mudah didapatkan di toko-toko terdekat bahkan dipasar sekalipun, jadi sangat memudahkan para pembeli untuk melihat langsung dan menemukan barang yang mereka cari dengan harga murah (55,9%). Barang merek palsu pun dapat ditemukan secara eceran di online, cukup dengan mempunyai sosial media seperti *facebook* dan *instagram* maka kita dapat menemukan barang-barang tersebut. Barang tersebut biasa dijual secara *live* dan dipasang di halaman-halam sosial media agar para pengunjung mudah untuk melihatnya dan bagi mereka yang tidak sempat untuk gabung ke dalam *live* tidak ketinggalan.

Sedangkan, barang original hanya dapat dilihat dan ditemukan di toko merek tersebut dan sangat sedikit tokonya ditemukan, biasanya hanya di kawasan ramai dan kota-kota besar karena di toko barang original memiliki garansi dan izin tersendiri yang membuat barangnya tidak dapat dijual di sembarangan tempat. Produk-produk barang merek palsu memiliki stok yang banyak dikarena produksinya dilakukan secara terus menerus dan makin banyak stok yang tersedia semakin banyak varian warna dan model yang ditawarkan sehingga minat pembeli yang ingin membeli barang semakin tinggi dan banyak. Produk barang merek palsu memiliki bentuk dan ciri khas yang lama dari luaran yang membuatnya susah dibedakan dengan produk yang asli. Karena bentuk yang hampir mirip dengan yang asli para pembeli juga semakin berminat. Para pembeli semakin diuntungkan dengan permintaan yang banyak bahkan untung yang diraup bisa banyak dengan menjual barang merek palsu.

Saat ini penyebaran barang-barang palsu sudah bukan hal yang asing lagi. Nyatanya, kebutuhan pasar untuk produk tidak original ini lebih diminati dibandingkan dengan produk original. Pengapresiasian kepada pencipta barang

sudah tidak menjadi hal yang penting bagi masyarakat. Sebagian orang yang membeli produk tidak original ini pun bahkan mengetahui perbandingan dari produk yang dibelinya dengan produk yang asli. Perbedaan harga merupakan salah satu alasan paling umum yang menjadi faktor penyebab hal ini terjadi. Namun, ada beberapa bagian masyarakat yang tidak masalah dengan adanya penjual dan distributor nakal, karena dapat menaikkan merek produk tersebut walaupun tidak sampai kepada pemilik merek. Walaupun seperti itu, tetap saja hal itu merugikan pemilik merek, barang palsu tidak hanya ada satu dari setiap negara, mungkin saja ada negara yang kemungkinan besar di dominasi oleh barang-barang palsu. Untuk mengantisipasi hal tersebut, sudah seharusnya masyarakat mulai sadar akan kerugian tersebut dan dapat beralih dengan alternative lain yang sesuai dengan kantong mereka, salah satunya adalah dengan menggunakan produk lokal yang memiliki harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang bagus.

Pembahasan mengenai pengaturan yang mengatur tentang barang palsu sudah seharusnya lebih digalakkan, karena beberapa golongan masyarakat merasa bahwa pengaturan yang mengatur tersebut tidak terlalu penting dan tidak berdampak apapun kepada mereka terlepas dari Indonesia merupakan negara berkembang. Namun, beberapa orang berpikir bahwa apabila tidak menjiplak lebih dari 75% maka barang tersebut tidak masalah untuk diedarkan, karena dianggap sulit dilarang, apalagi untuk merek ternama diikuti oleh masyarakat yang tidak semuanya berada di kelas atas. Merek palsu yang dijual oleh para pedagang nakal tentu saja walaupun sulit dapat tetap dilaporkan, namun, hal itu tergantung oleh pemilik merek karena merek menggunakan delik aduan, yaitu sang pemilik merek lah yang dapat mengadakan perbuatan para pedagang nakal tersebut.

Upaya pengurangan barang-barang palsu khususnya di kota Batam perlu dilakukan. Mengingat hal ini dapat merugikan pemilik dari merek original, juga merupakan tindakan yang melanggar Undang-Undang Hak Cipta. Citra barang yang berkelas dan berkualitas tinggi pun menjadi tercoreng karena adanya penyebaran barang-barang palsu ini. Hal ini juga dapat membahayakan konsumen, contohnya pada barang-barang palsu untuk produk Skincare, produk yang tidak original umumnya menggunakan bahan-bahan yang tidak sama dengan produk original dan dapat membahayakan kesehatan konsumen. Dari semua alasan yang ada, maka urgensi pengurangan barang-barang palsu harus segera dilakukan. Beberapa cara dapat dilakukan untuk mengurangi pembelian dan pengedaran barang-barang palsu terlepas dari minimnya pengetahuan masyarakat dan sedikitnya *outlet* yang menjual abrang original, yaitu dengan mengadakan sebuah penyuluhan atau *campaign* melalui media social dan memberikan kelebihan dari membeli barang original.

Mengenai fenomena terkait barang tiruan di Kota Batam, kami melakukan wawancara terhadap salah satu responden kuisioner yang telah kami berikan. Saudara R merupakan seorang mahasiswa di salah satu perguruan swasta di Batam, ia membeli barang-barang seperti tas dan sepatu di online. Dia membeli karena untuk kebutuhannya sehari-hari karena harganya yang terjangkau. Apalagi ia seorang mahasiswa sangat membantunya baginya untuk bergaya kekinian dengan harga yang murah. Menurutnya, membeli barang tiruan ini tidak pernah mendapatkan kecacatan dan kualitasnya cukup baik asal kita pandai merawat barang tersebut dan saudara R telah mengetahui dampak akibat barang yang dibelinya jika mengalami kerusakan di kemudian hari karena baginya hal yang lumrah karena barang yang lama-lama dipakai terus-menerus akan rusak.

## **2. Perlindungan Konsumen terhadap Merek Palsu yang Diperjualbelikan di Kota Batam**

Seluruh usaha untuk melindungi konsumen dengan menjamin kepastian hukum merupakan definisi dari Perlindungan konsumen menurut Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen. Berdasarkan ketentuan UU Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen memiliki dua syarat penting yaitu adanya jaminan hukum dan kepastian hukum. UU Perlindungan Konsumen memberikan harapan kepada masyarakat Indonesia, yakni harapan supaya konsumen memperoleh perlindungan yang memadai terhadap kerugian yang ditimbulkan oleh konsumsi barang dan jasa. Perlindungan ini tidak hanya berlaku untuk produk cacat, tetapi untuk produk yang mengancam kehidupan manusia pula. Misalnya makanan, obat-obatan, minuman.

Terlihat jelas pada tiap pasal pada UU tentang Merek dan Indikasi Geografis, Cuma ada dua macam merek, yaitu: Merek Dagang adalah merek dagang yang diteruntukkan pada barang milik satu orang atau lebih. Digunakan bersama-sama atau oleh badan hukum untuk memisahkannya dengan produk sejenis lainnya (Pasal 1 Ayat 2). Sedangkan merek jasa adalah merek yang diperuntukkan pada jasa yang bersama-sama diperdagangkan oleh satu orang atau lebih atau badan hukum untuk memisahkannya dengan jasa lain yang sejenis (Pasal 1 Ayat 3).

Pendaftaran Merek merupakan salah satu aspek yang memiliki peran pada perlindungan hukum terhadap merek tertentu. Diatur di Pasal 3 UU Hak Merek dan Indikasi Geografis, Hak merek didapatkan sesudah merek terdaftar. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi penting untuk pelaku usaha karena dapat menjadi bukti hukum atas merek terdaftar. Selain itu, menurut Pasal 20 UU Hak Merek dan Indikasi Geografis, pendaftaran merek juga merupakan dasar yang baik untuk menolak merek yang seluruhnya atau pada prinsipnya sama dengan

yang diajukan orang lain untuk produk atau jasa serupa. Pada prinsipnya, atau sebagai dasar untuk sepenuhnya mencegah orang lain menggunakan merek dagang yang sama dalam transaksi barang atau jasa. Dari sini, jika Anda telah mendaftarkan merek dagang, Anda dapat menyimpulkan bahwa Anda memiliki hak atas merek dagang tertentu. Jika lebih dari satu orang menyatakan atau menyatakan hak atas merek dagang tertentu, pihak yang mendaftarkan merek dagang tersebut berhak atas merek dagang tersebut.

Perlindungan konsumen khusus untuk merek barang atau jasa tertentu: a. Adalah nama atau singkatan dari nama selebriti, foto, atau badan hukum yang dimiliki oleh orang lain, atau sejenisnya, kecuali dengan persetujuan tertulis dari yang berwenang.<sup>25</sup> Nama, foto dan badan hukum tersebut sangat rawan untuk digunakan karena sudah memiliki nilai ekonomis dan tentu saja dapat menimbulkan suatu profit bagi siapapun yang menggunakannya; b. Peniruan atau kemiripan nama atau singkatan nama, bendera, lambang, lambang, atau lambang suatu negara atau organisasi nasional atau internasional, kecuali jika pejabat yang berwenang telah memberikan persetujuan tertulis. Hal ini juga untuk menghindari suatu hal yang tidak diinginkan, apabila ada suatu instansi atau organisasi yang menjiplak hal-hal yang bersifat krusial itu akan berdampak pada pemilik merek tersebut, dan dapat menimbulkan permasalahan yang baru; c. Adalah tanda, stempel, atau stempel resmi palsu atau serupa yang digunakan oleh instansi pemerintah, kecuali dengan persetujuan tertulis dari otoritas yang berwenang. Tanda atau stempel juga menjadi hal yang sangat rawan untuk dijiplak karena berguna di segala aspek yang membutuhkan cap pemerintahan sehingga sangat tidak boleh dipergunakan dengan sembarangan.

Terkait dengan salah satu narasumber yang pernah tertipu dengan pembelian barang palsu, narasumber kami bernama Elvira Zikra salah satu mahasiswa hukum dari Universitas Internasional Batam, berusia 21 tahun yang tinggal di Kota Batam, mengatakan bahwa ia pernah tertipu saat membeli sebuah produk kecantikan yang sedang viral pada saat itu, yaitu *Aloe Gel*. Ia membelinya dari salah satu pedagang online yang mengatakan bahwa produk kecantikan tersebut asli, namun karena Elvira merupakan pecinta produk kecantikan, ia melakukan *scan barcode* pada tempat produk tersebut dan tidak menemukan kodenya, sehingga produk tersebut palsu. Elvira mengajukan pengembalian kepada toko dimana ia membeli produk kecantikan tersebut, namun tidak pernah dibalas sampai akhirnya produk tersebut ia alihfungsikan. Karena hal tersebut, ia merasa dirugikan dan ingin meminta pengajuan kepada toko untuk mengembalikan uangnya atau mengganti produk dengan produk yang asli. Setelah ia telusuri

---

<sup>25</sup> Lili, H. 2015. Perlindungan merek dan pengaruhnya bagi perlindungan konsumen. *Pattimura law journal*. hal 6-7

ternyata rata-rata yang memberikan *Rating* pada *online shop* tersebut adalah *bot* yang dibayar oleh pemilik *took* tersebut.

Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan beberapa hak dari konsumen dalam membeli produk, diantaranya: 1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; 2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; 3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; 5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; 7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak yang dijabarkan diatas merupakan hak yang diatur oleh undang-undang untuk melindungi konsumen dari kejahatan penjual nakal yang memberikan produk palsu saat konsumen sebenarnya ingin membeli produk original.

Tidak semua merek dagang bisa didaftarkan. Merek dagang tidak bisa didaftarkan berdasarkan permohonan pemohon yang tidak jujur. Pemohon yang tidak beritikad baik adalah pemohon yang dengan cara tidak benar dan curang mendaftarkan merek dagang dan menyembunyikan niat untuk mendukung ketenaran, meniru atau mencuri, menyebabkan persaingan tidak sehat, dan menyesatkan konsumen.<sup>26</sup> Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis (ayat b dan c) dinyatakan pendaftaran merek akan ditolak dalam hal-hal sebagai berikut: b) Sama, menyebutkan barang dan/atau jasa yang sedang diproses pendaftarannya. c) Dapat menyesatkan masyarakat luas tentang tempat asal, mutu, jenis, ukuran, sifat, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang diperlukan pendaftaran, atau nama-nama varietas tanaman yang dilindungi barang dan/atau jasa sejenis.<sup>27</sup>

Penggunaan merek dalam produk bermerek tanpa persetujuan pemilik merek diatur berdasarkan ketentuan UU Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 100 ayat 1, 2 dan 3, “*Setiap Orang yang dengan 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, dipidana dengan*

---

<sup>26</sup> Mamahit, J. 2013. Perlindungan Hukum atas barang dan jasa. *ejournal.unsrat.ac.id*. hal 13

<sup>27</sup> Lestari, I. 2017. Perlindungan Hukum Merek Dagang bagi Konsumen terhadap barang tiruan menurut UU No. 20 tahun 2016 tentang merek. *ejournal.unsrat.ac.id*. hal 76



*pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”, “Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).” dan “Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)”.*

Pasal 101 UU Merek dan Indikasi Geografis, *”Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”* dan Pasal 102 UU Merek dan Indikasi Geografis, *“Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).”*

Tindak pidana sebagaimana disebutkan di atas, hanya dapat ditindak jika ada aduan dari pihak yang dirugikan. Hal ini dapat dilihat dari perumusan Pasal 103: Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan. *“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”* Sehingga hal tersebut terlihat agak merugikan bagi pemilik, karena apabila mereka tidak tahu produk mereka telah dijiplak, mereka tidak dapat melaporkan hal tersebut.

#### **D. PENUTUP**

Kota Batam yang merupakan kota perdagangan bebas di Indonesia memiliki izin bebas pajak barang ekspor impor. Penjualan barang bermerek di Batam menarik wisatawan sehingga menyebabkan para distributor dan pedagang nakal

menjajakan barang dengan merek palsu agar mendapat keuntungan dari pasar ekonomi Batam. Tindakan ini termasuk ke dalam pemalsuan produk dan merupakan tindak pelanggaran hak kekayaan intelektual. Merek sangat penting selain untuk mengenalkan produk dari sebuah perusahaan atau toko, namun juga sebagai pembeda sebuah barang maupun jasa yang mempunyai kriteria dalam kelas barang maupun jasa sejenis yang di produksi oleh perusahaan yang beragam. Pelanggaran hak merek diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis dimana dapat dipidana dengan penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Tindak pidana dari pelanggaran hak merek bersifat delik aduan dimana hanya dapat ditindak jika adanya aduan dari pihak yang telah dirugikan. Dengan demikian, upaya pengurangan barang-barang KW khususnya di kota Batam sangatlah perlu untuk dilakukan karena dapat merugikan pemilik dari merek yang asli dan melanggar hak dari si pencipta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2022). <https://bpbatam.go.id/>
- Atmajaya, K. (2016). *Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Kepulauan Riau*. *UIB Law Journal*.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2011). Struktur Organisasi. <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual>. Diakses pada 8 oktober 2021.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : Qiara Media.
- Habibi, M. R. & Saidah, R. L. (2020). Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Sebagai Jaminan Tamabahan Pada Perbankan. *Jurnal Hukum: UIN Sunan Ampel Surabaya*. Hlm, 3.
- Hidayatullah, A. & Halidi, R. (2017). *Miris, Software Palsu Masih Laku di Indonesia karena Harga Miring*. <http://suara.com>, Diakses pada 11 Oktober 2021.
- Jonaedi, E & Johny, I. (2018). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group.
- Kurnia, A. J. (2019). Regulasi yang Berlaku Seputar Merek di Indonesia. <http://www.hukumonline.com>, Diakses pada 10 Oktober 2021.
- Lestari, I. 2017. Perlindungan Hukum Merek Dagang bagi Konsumen terhadap barang tiruan menurut UU No. 20 tahun 2016 tentang merek. *ejournal.unsrat.ac.id*. hal 76
- Lili, H. 2015. Perlindungan merek dan pengaruhnya bagi perlindungan konsumen. *Pattimura law journal*. hal 6-7

- Mamahit, J. 2013. Perlindungan Hukum atas barang dan jasa. *ejournal.unsrat.ac.id*. hal 13
- Nafri, Moh. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 53-54.
- Panjaitan, M. (2017). Analisis yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang Yang Memakai Merek Tiruan (Tinjauan Dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Penggunaan). *Tanjungpura Law Journal*, hlm 26.
- Permata, R. R., Ramli, T. S., & Utama, B. (2019). Tinjauan Kasus Tentang Dilusi Merek. *Jurnal UII*, vol (2), hlm 5.
- Prastiwi, D. (2015). *3.900 Barang Bermerek Palsu Disita dari Mangga Dua dan Senen*. <http://liputan6.com>, Diakses pada 10 Oktober 2021.
- Rafianti, L. & Amirulloh, M. (2008). Perlindungan merek Terkenal Di Indonesia Berdasarkan Ketentuan Hukum Internasional Dibandingkan Dengan Trademark Dilution Revision Act of 2006 Amerika Serikat. *Laporan Penelitian Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung*, hlm. 7.
- Rakyat Merdeka. (2014). *Kerugian Akibat Peredaran Barang Palsu Capai Rp 65 T*. <https://kemenperin.go.id/artikel/9703/Kerugian-Akibat-Peredaran-Barang-Palsu-Capai-Rp-65-T>. Diakses Pada 23 November 2021.
- Riswandi, B. A. & Syamsudin, M. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, hlm 87.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. *Jurnal Hukum Diktum*, 14(1).107-109.
- Sinaga, A. N. & Ferdian, M. (2020). *Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce)*. Jurnal Hukum : Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. Hlm, 77.
- Sulastri, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek", Jurnal Yuridis, Vol. 5 No. 1, 2018, h. 162.
- Syahril, N. (2016). *metode penelitian kualitatif*, hlm.54-56
- Tyas, W. W. (2020). *7 Mall di Batam Jadi Surga Wisata Belanja, Berburu Fashion Item dan Gadget Sampai Kalap*. <https://batam.tribunnews.com/2020/02/22/7-mall-di-batam-jadi-surga-wisata-belanja-berburu-fashion-item-dan-gadget-sampai-kalap>. Diakses pada 23 November 2021.
- Widjaja, G. (2003). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen Vol 2*. Jakarta : Gramedia, hlm 12.
- Wijaya, G. & Yani, A. (2000). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm. 69.
- Yealta, D. (2015). *Implikasi Free Trade Zone Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Transnasional, hlm. 1853.
- Zuhri, M. (2016). *Jual Sepatu KW Merek Terkenal, Pedagang di Batam Untung Besar*. [https://www.batamnews.co.id/berita-12472-jual-sepatu-kw-merek-terkenal-pedagang-di-batam-untung-besar.html?fb\\_comment\\_id=1203563609684252\\_1204204026286877](https://www.batamnews.co.id/berita-12472-jual-sepatu-kw-merek-terkenal-pedagang-di-batam-untung-besar.html?fb_comment_id=1203563609684252_1204204026286877). Diakses pada 23 November 2021.