

TINDAK PIDANA PENIPUAN MEREK PRODUK DI MARKETPLACE INDONESIA ¹

Oleh :

Angie Laurencia Sumilat ²

Djefry Welly Lumintang ³

Marthin Luther Lambonan ⁴

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji dan menganalisis aspek hukum pidana yang berlaku terhadap tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia dan untuk mengidentifikasi permasalahan hukum yang muncul terkait tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia. Dengan metode penelitian hukum normatif, kesimpulan yang didapat: 1. Penipuan merek produk merupakan permasalahan yang mencakup seluruh rantai kegiatan perdagangan, mulai dari pembuatan hingga pemasaran barang palsu tersebut. Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 100 ayat (1), menegaskan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis dapat dikenai pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). 2. Penindakan hukum dapat dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan bahkan dapat dikaitkan dengan ketentuan penipuan dalam KUHP apabila terdapat unsur tipu muslihat. Sanksi yang dapat dijatuhkan meliputi pidana penjara, denda, hingga pencabutan izin usaha.

Kata Kunci : *tindak pidana penipuan merek produk, marketplace*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia teknologi kini semakin berkembang dengan pesat di Indonesia. Ada banyak *Marketplace* yang muncul. *Marketplace* sendiri hadir untuk memberikan wadah bagi seorang penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara online dengan mudah dan cepat. Untuk melakukannya, seorang pembeli hanya

memerlukan salah satu dari beberapa jenis perangkat seperti *smartphone*, *laptop*, *tab*, dan lainnya. Indonesia sendiri sudah tersedia banyak toko belanja online dalam hal ini *Marketplace* seperti *Shopee*, *TikTok Shop*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, *Lazada*, dll. Melalui *platform* ini, penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi secara daring tanpa harus bertemu secara langsung, sehingga proses jual beli menjadi lebih praktis dan efisien.

Marketplace bukan lagi sekadar alternatif dalam berbelanja, melainkan telah menjadi salah satu sarana utama perdagangan di Indonesia. Banyak pelaku usaha, terutama UMKM, memanfaatkan *Marketplace* sebagai media untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Pertumbuhan yang begitu cepat juga menimbulkan berbagai persoalan hukum. Sistem yang terbuka memungkinkan pihak-pihak tertentu menyalahgunakan merek dagang untuk menarik perhatian konsumen demi memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, perkembangan *Marketplace* tidak hanya mencerminkan kemajuan ekonomi digital, tetapi juga menuntut adanya perlindungan hukum yang memadai. Sifat *Marketplace* yang sangat kompetitif akan terus mengubah industri ritel dan memengaruhi perilaku pelanggan. Sebelum ada yang terjun ke sektor bisnis yang dinamis ini, mereka harus terlebih dahulu dasar hukum yang mengatur tentang *Marketplace*.⁵ Pengaturan ini dibentuk untuk menyediakan landasan hukum yang jelas dalam penyelenggaraan perdagangan digital, sekaligus mengatur hak dan kewajiban para pihak yang terlibat di dalamnya. Dengan adanya kerangka hukum tersebut, diharapkan tercipta sistem transaksi yang aman serta mampu menumbuhkan kepercayaan dalam aktivitas perdagangan berbasis digital.

Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan *Marketplace* tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga menuntut penyesuaian dan pembaruan dalam sistem hukum agar tetap relevan dengan dinamika bisnis digital yang terus berkembang. Seiring dengan berkembangnya *Marketplace* secara pesat di Indonesia, berbagai persoalan hukum turut bermunculan. Salah satu permasalahan yang cukup menonjol adalah semakin maraknya peredaran dan penjualan produk dengan merek palsu melalui *platform* online.

Fenomena ini menjadi perhatian serius karena dampaknya tidak hanya dirasakan oleh konsumen, tetapi juga oleh pemilik merek produk

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 220711010408

³ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁵ Budianto, Alexius, *Analisis Bisnis E-Commerce*, (Malang, MNC Publishing, 2020), hal. 39.

yang memiliki hak sah atas merek produk tersebut. Dalam praktiknya, produk palsu umumnya ditawarkan dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan produk asli, sehingga menarik minat konsumen yang kurang teliti atau tidak memahami perbedaan antara barang asli dan tiruan. Pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan popularitas dan reputasi merek produk terkenal untuk memperoleh keuntungan secara tidak sah. Cara yang digunakan pun beragam, seperti meniru nama dan logo merek produk, membuat kemasan yang sangat mirip dengan produk asli, hingga memberikan keterangan produk yang menyesatkan agar konsumen percaya bahwa barang tersebut merupakan produk resmi. Sistem digital memungkinkan pelaku untuk kembali berjualan dengan identitas baru meskipun sebelumnya telah dikenakan sanksi. Hal ini menyebabkan peredaran produk bermerek palsu sulit diberantas secara menyeluruh. Ditinjau dari aspek hukum, penjualan produk dengan merek palsu merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak atas merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang ITE, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Popularitas dan reputasi suatu merek dimanfaatkan sebagai daya tarik utama untuk menarik minat konsumen, tanpa memperhatikan keaslian produk yang dijual.

Terdapat modus yang dilakukan dengan mencampurkan produk asli (*original*) dengan produk tidak asli, sehingga secara tampilan sulit dibedakan oleh konsumen. Barang yang tidak autentik tersebut dibuat menyerupai produk resmi, baik dari segi kemasan, logo, maupun desainnya. Lebih lanjut, oknum produsen atau distributor tidak bertanggungjawab seringkali menetapkan harga yang setara dengan produk asli, sehingga konsumen tidak menyadari bahwa barang yang dibeli bukanlah produk yang sah. Tindakan tersebut pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara materiil maupun dari segi kepercayaan terhadap merek yang bersangkutan.

Permasalahan hukum utama dalam tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia terletak pada lemahnya pengawasan *platform*, anonimitas penjual, serta karakter delik aduan yang menyulitkan proses penegakan hukum. Faktor sosial juga turut berperan, karena banyak konsumen tergiur harga murah tanpa memeriksa keaslian atau status pendaftaran merek, sementara sebagian pemilik merek belum mendaftarkan hak kekayaan intelektualnya di

Indonesia sehingga perlingkungannya menjadi lemah.⁶

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaturan Tindak Pidana Merek Produk di *Marketplace* Indonesia ?
2. Bagaimana Pencegahan Tindak Pidana Penipuan Merek Produk di *Marketplace* Indonesia?

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif.

PEMBAHASAN

A. Pengaturan Tindak Pidana Penipuan Merek Produk di *Marketplace* Indonesia

Penipuan merek produk merupakan perbuatan menggunakan, meniru, atau memalsukan merek yang telah terdaftar atas nama pihak lain dengan tujuan mengelabui konsumen dan mendapatkan keuntungan secara tidak sah. Tindakan ini biasanya terjadi ketika pelaku memakai tanda yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek asli untuk barang atau jasa sejenis, sehingga menimbulkan kesan seolah-olah produk tersebut berasal dari pemilik merek yang sah. Konteks hukum di Indonesia, perbuatan tersebut termasuk pelanggaran terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, karena merugikan pemilik hak merek sekaligus menyesatkan konsumen dengan cara membonceng reputasi dan kepercayaan yang telah dibangun oleh merek asli.

Pemalsuan merek merupakan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi dua pihak sekaligus, yakni pemilik merek yang sah dan konsumen. Bagi pemilik merek, beredarnya produk palsu dapat menyebabkan penurunan penjualan, merusak citra dan reputasi usaha, serta mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang selama ini dibangun. Di sisi lain, konsumen sering kali dirugikan karena membeli barang yang disangka asli, padahal sebenarnya merupakan produk tiruan yang tidak memiliki standar kualitas sebagaimana mestinya. Konteks penipuan merek produk di *Marketplace*, permasalahan ini menjadi lebih rumit karena kemudahan akses dan anonimitas dalam sistem perdagangan elektronik. Penjual dapat dengan cepat memasarkan produk menggunakan nama, logo, maupun tampilan yang menyerupai merek

⁶ Haris, Ahmad,. Yustitiningtyas, Levina, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Pada Penjualan Barang Palsu", (Surabaya, Universitas Muhammadiyah, 2024), Vol. 3, No. 2 Desember, hal. 69.

terkenal untuk menarik perhatian pembeli. Modus yang digunakan umumnya berupa pencantuman foto, deskripsi, dan label yang menyesatkan agar konsumen percaya bahwa barang tersebut merupakan produk resmi. Tindakan semacam ini berpotensi melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya terkait penggunaan merek tanpa hak. Selain itu, terdapat pula fenomena di mana sebagian konsumen secara sadar membeli produk bermerek palsu karena pertimbangan harga yang lebih terjangkau, dorongan gaya hidup, atau sekadar mengikuti tren.

Marketplace sebagai sarana perdagangan digital memperluas distribusi produk-produk tersebut sehingga peredarannya semakin luas dan pengawasannya menjadi lebih sulit. Oleh karena itu, penipuan merek produk di *Marketplace* tidak hanya berkaitan dengan pelanggaran hak atas merek, tetapi juga menyentuh aspek perlindungan konsumen, etika bisnis dalam perdagangan digital, serta tanggung jawab *platform* dalam melakukan pengawasan dan penertiban terhadap produk yang diperjualbelikan.⁷

Ruang lingkup penipuan merek produk pada dasarnya mencakup berbagai tindakan melawan hukum yang berkaitan dengan pemalsuan, peniruan, atau penggunaan merek terdaftar tanpa izin dari pemilik yang sah. Perbuatan ini biasanya dilakukan terhadap barang atau jasa sejenis dengan tujuan menyesatkan konsumen dan memperoleh keuntungan ekonomi secara cepat. Penipuan merek produk dapat dipahami sebagai tindakan sengaja meniru atau mencontoh merek terkenal (*well-known mark*) sehingga konsumen mengira barang tersebut berasal dari produsen asli. Praktiknya dapat berupa penggunaan nama, logo, kemasan, atau tampilan yang sangat mirip dengan merek asli. Bentuknya tidak hanya sekadar pemalsuan total (*counterfeit*), tetapi juga dapat berupa *passing off*, yaitu upaya membonceng reputasi merek lain agar produk tiruan terlihat seolah-olah memiliki kualitas dan asal-usul yang sama. Istilah yang sering digunakan di masyarakat, seperti “barang KW super”, juga termasuk dalam kategori ini karena tetap merupakan produk yang tidak sah. Ruang lingkup penipuan merek tidak terbatas pada proses produksi saja, tetapi juga meliputi distribusi dan penjualan.

Peredaran barang palsu dapat terjadi di pasar

konvensional maupun melalui *platform* digital seperti *Marketplace*, yang memudahkan pelaku menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan demikian, penipuan merek produk merupakan permasalahan yang mencakup seluruh rantai kegiatan perdagangan, mulai dari pembuatan hingga pemasaran barang palsu tersebut.⁸

Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 100 ayat (1), menegaskan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis dapat dikenai pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Sementara itu, pada ayat (2) diatur bahwa penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis juga merupakan tindak pidana, dengan ancaman pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Ketentuan ini menunjukkan bahwa hukum memberikan sanksi tegas baik terhadap pemalsuan merek yang identik maupun yang hanya menyerupai secara substansial.⁹ Ketentuan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 menegaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan atau membuat dapat diaksesnya informasi bohong dan menyesatkan melalui sistem elektronik, sehingga menimbulkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, dapat dikenai sanksi pidana.

Kaitannya dengan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia, aturan ini menjadi relevan ketika penjual secara sadar mencantumkan deskripsi, gambar, label, atau klaim tidak benar seperti “100% *original*” terhadap produk yang sebenarnya merupakan barang tiruan (*counterfeit*). Informasi mengenai keaslian merek yang disampaikan secara tidak benar tersebut dapat dikategorikan sebagai berita bohong karena membentuk persepsi keliru di benak konsumen dan mendorong terjadinya transaksi.

Menjual barang palsu dengan klaim seolah-olah “*original*” atau bermerek asli jelas bertentangan dengan ketentuan ini. Praktik seperti penjualan skincare palsu yang diberi label “100% *original*” bukan hanya merugikan secara materiil, tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen. Dari segi tanggung jawab, Pasal 19 UUPK menerapkan prinsip tanggung jawab ketat

⁷ Saiman, “Kajian Yuridis Tindak Pidana Pemalsuan Merek Dagang (Studi Kasus Putusan Pengadilan Negeri Yogyakarta Nomor : 354/Pid.Sus/2016/PN,Yyk), (Surakarta, Universitas Slamet Riyadi, 2018), Vol. 9, No. 3, hal. 192.

⁸ Febriansyah, Feri, “*Cybercrime : Kejahatan di Balik Layar Digital*”, (Lampung, Najaha, 2025), hal.10.

⁹ *Opcit*, hal. 32

(*strict liability*). Ini berarti penjual wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang timbul akibat barang cacat atau informasi yang menyesatkan, tanpa perlu dibuktikan terlebih dahulu adanya unsur kelalaian.

Terbukti terdapat pemalsuan atau penggunaan merek tanpa hak, maka ketentuan ini dapat dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 100 mengenai sanksi pidana atas pelanggaran merek. Selain kewajiban ganti rugi, UUPK juga mengatur sanksi pidana dalam Pasal 62 berupa ancaman penjara hingga 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2 miliar bagi pelanggaran Pasal 8 sampai dengan Pasal 11. Dalam praktiknya, konsumen yang dirugikan dapat melaporkan kasus tersebut kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) atau mengajukan gugatan ke pengadilan dengan melampirkan bukti seperti tangkapan layar (*screenshot*) dari deskripsi atau listing produk palsu. UUPK juga berjalan beriringan dengan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang penyebaran informasi bohong dalam transaksi elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 yang mewajibkan *platform Marketplace* untuk menurunkan atau menghapus konten yang melanggar hukum.

Keseluruhan aturan ini saling melengkapi untuk memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen dari kerugian ekonomi maupun risiko kesehatan akibat peredaran produk bermerek palsu di *Marketplace*.¹⁰ Unsur objektif dalam tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia pada dasarnya terlihat dari adanya perbuatan nyata berupa pemalsuan atau penggunaan merek terdaftar tanpa izin dari pemilik yang sah. Perbuatan tersebut dilakukan dalam aktivitas perdagangan, misalnya dengan mencantumkan nama, logo, atau atribut merek tertentu pada produk yang sebenarnya bukan berasal dari produsen resmi.

Sanksi pidana bagi pelaku penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 100. Dalam ketentuan tersebut ditegaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan atau memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar untuk barang dan/atau jasa sejenis dapat dijatuhi pidana penjara dan/atau denda.

Praktik di *Marketplace*, aturan ini sangat relevan ketika penjual menggunakan nama, logo, atau atribut merek terkenal pada produk yang sebenarnya palsu. Modus yang sering terjadi adalah menjual barang tiruan dengan tampilan seolah-olah asli agar konsumen percaya dan tertarik untuk membeli. Perbuatan ini tidak hanya melanggar hak eksklusif pemilik merek, tetapi juga menyesatkan konsumen dan berpotensi menimbulkan kerugian materiil. Oleh karena itu, penggunaan merek tanpa izin untuk memperoleh keuntungan dalam transaksi digital dapat dikenai sanksi pidana berdasarkan Pasal 100 UU Merek. Ancaman hukumannya berupa penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2 miliar apabila merek yang digunakan sama secara keseluruhan, atau penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2 miliar apabila terdapat persamaan pada pokoknya. Ketentuan ini menjadi landasan penting dalam menindak praktik penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia. Dapat dikenakan sanksi pidana berupa :

- 1) Pidana penjara maksimal 5 Tahun
- 2) Denda maksimal 2 miliar

Pemberian sanksi pidana ini pada dasarnya bertujuan untuk menimbulkan efek jera bagi pelaku pelanggaran sekaligus memberikan perlindungan kepada pemilik merek yang sah. Dengan adanya ancaman pidana, diharapkan pelaku tidak lagi berani menggunakan atau memalsukan merek orang lain demi keuntungan pribadi. Proses hukum pidana biasanya dimulai dari adanya laporan atau pengaduan pemilik merek kepada aparat penegak hukum. Setelah laporan diterima, akan dilakukan penyelidikan dan penyidikan untuk memastikan apakah benar telah terjadi pelanggaran terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Ketentuan dalam UU Merek dan UU ITE, pengaturan mengenai penipuan merek produk di *Marketplace* juga berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini secara khusus dibentuk untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa, termasuk dalam transaksi elektronik. Dalam konteks penipuan merek di *Marketplace*, UU Perlindungan Konsumen berperan ketika pelaku usaha menawarkan atau memperdagangkan produk dengan informasi yang tidak benar, menyesatkan, atau seolah-olah merupakan merek asli. Tindakan tersebut melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang dibeli. Dengan demikian, UU Perlindungan

¹⁰ Suhirman, Indah,. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara Online", (Denpasar, Universitas Udayana, 2018), Vol. 6, No. 10, hal. 5.

Konsumen menjadi dasar hukum tambahan untuk menindak pelaku penipuan merek produk di *Marketplace*, karena tidak hanya melindungi kepentingan pemilik merek, tetapi juga menjamin hak-hak konsumen agar terhindar dari praktik perdagangan yang curang dan merugikan.

Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 62 ayat (1) dan ayat (2), memiliki peran penting dalam menangani praktik penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia. Aturan ini tidak hanya melindungi konsumen dari kerugian, tetapi juga dapat menjadi dasar pemidanaan bagi penjual yang beritikad tidak baik. Pada Pasal 62 ayat (1), pelaku usaha dapat dipidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2 miliar apabila melanggar ketentuan terkait larangan memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Hal ini sering terjadi ketika penjual mencantumkan keterangan seperti “*original*”, “*resmi*”, atau “*authentic*” pada produk yang sebenarnya palsu. Termasuk juga ketika penjual mengklaim barang berasal dari distributor resmi atau merek tertentu, padahal klaim tersebut tidak benar, atau bahkan menempelkan label dan logo merek terkenal pada barang tiruan untuk meyakinkan pembeli. Sementara itu, Pasal 62 ayat (2) mengatur ancaman pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau denda paling banyak Rp500 juta bagi pelaku yang melakukan pelanggaran seperti pemberian garansi palsu atau promosi yang menipu. Dalam konteks penipuan merek di *Marketplace*, hal ini bisa terjadi ketika penjual menjanjikan garansi resmi dari suatu merek padahal produknya bukan asli, atau membuat paket promosi seolah-olah bagian dari program resmi suatu merek terkenal untuk menarik minat konsumen. Dengan demikian, penipuan merek produk di *Marketplace* tidak hanya dapat dijerat melalui ketentuan dalam UU Merek karena penggunaan merek tanpa hak, tetapi juga melalui UU Perlindungan Konsumen karena adanya unsur informasi yang menyesatkan dan merugikan pembeli.

Hal ini menunjukkan bahwa sistem hukum di Indonesia memberikan perlindungan yang menyeluruh, baik bagi pemilik merek maupun bagi konsumen sebagai pihak yang dirugikan.¹¹ Dalam transaksi elektronik di *Marketplace*, pelaku usaha pada dasarnya memiliki tiga bentuk tanggung jawab utama, yaitu tanggung jawab kontraktual, preventif, dan represif. Ketiganya penting untuk menjamin perlindungan konsumen,

khususnya dalam kasus penipuan merek produk. Pertama berkaitan dengan kewajiban penjual untuk memenuhi perjanjian jual beli yang telah disepakati dengan konsumen.

B. Pencegahan Tindak Pidana Penipuan Merek Produk di *Marketplace* Indonesia

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham) dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) berupaya mencegah terjadinya penipuan merek produk di *Marketplace* dengan cara yang lebih menyeluruh. Langkah yang dilakukan tidak hanya sebatas penindakan hukum, tetapi juga melalui upaya pencegahan, edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha, serta kerja sama dengan berbagai pihak.

Upaya ini secara khusus menyasar *platform* e-commerce besar seperti *Shopee* dan Tokopedia, karena kedua *platform* tersebut memiliki jumlah transaksi yang sangat tinggi. Melalui pengawasan yang lebih ketat, peningkatan literasi hukum tentang pentingnya pendaftaran dan perlindungan merek, serta koordinasi dalam menindak penjual yang melanggar, pemerintah berupaya mengurangi peredaran barang palsu dan melindungi konsumen maupun pemilik merek dari kerugian. Untuk menjawab tantangan tersebut, pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk mencegah tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia dengan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha digital. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 (PP PMSE) menjadi aturan penting dalam mengatasi penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia karena secara khusus mengatur kegiatan jual beli melalui sistem elektronik.

Aturan ini melengkapi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berfokus pada perlindungan hak atas merek. Jika UU Merek menindak pihak yang menggunakan merek tanpa hak, maka PP PMSE mengatur bagaimana sistem dan *platform Marketplace* harus dijalankan agar tidak menjadi sarana peredaran barang palsu. Dalam praktiknya, PP PMSE mewajibkan setiap penyelenggara *Marketplace* untuk menjalankan prinsip itikad baik, kehati-hatian, transparansi, dan akuntabilitas.

Marketplace tidak boleh hanya menjadi perantara yang membiarkan transaksi terjadi begitu saja, tetapi harus memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan tidak menyesatkan konsumen. Jika ada penjual yang menawarkan produk bermerek terkenal namun ternyata palsu

¹¹ Suryanto., Sundari, Ariefah., Afyah, Siti, “Aspek Hukum Dalam Perekonomian (Legal Aspects in Economy), (Lamongan, Academia Publication, 2024), hal. 88.

atau tidak sesuai deskripsi, perbuatan tersebut tidak hanya melanggar UU Merek, tetapi juga melanggar kewajiban transparansi dan perlindungan konsumen dalam PP PMSE. Selain itu, penyelenggara *Marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* diwajibkan menyediakan informasi produk yang jelas, membuka mekanisme pengaduan konsumen, serta segera menghapus (*takedown*) konten yang melanggar hukum. Jika ada laporan mengenai penjualan barang bermerek palsu, *platform* harus menindaklanjutinya, bahkan sampai pada penutupan atau pembatasan akun pelanggar. Dengan demikian, penipuan merek produk di *Marketplace* dapat dikenakan dua jenis konsekuensi hukum sekaligus. Penjual dapat dipidana berdasarkan UU Merek karena menggunakan merek tanpa hak, sementara dari sisi sistem perdagangan elektronik, pelanggaran tersebut juga dapat dikenai sanksi administratif atau pidana jika merugikan konsumen.

PP PMSE juga memperkuat dasar hukum bagi pemerintah untuk melakukan patroli siber, melacak akun pelaku, memblokir, dan melakukan penyidikan terhadap peredaran barang palsu yang dilakukan secara terstruktur. Oleh karena itu, pencegahan dan penanganan penipuan merek di *Marketplace* bukan hanya menjadi tanggung jawab penjual, tetapi juga membutuhkan peran aktif *Marketplace* dalam mengawasi dan menindak pelanggaran.¹²

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 pada dasarnya dibuat untuk menjalankan ketentuan pidana dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, terutama Pasal 100 yang mengatur bahwa penggunaan merek palsu dapat dipidana hingga 5 tahun penjara dan/atau denda maksimal Rp2 miliar. Dalam praktik di *Marketplace* Indonesia, aturan ini menjadi penting karena mengatur bagaimana sistem *e-commerce* harus mencegah dan menangani peredaran barang bermerek palsu. Dengan adanya kewajiban *takedown* setelah ada laporan dari pemilik merek, *Marketplace* tidak bisa membiarkan produk yang melanggar tetap dijual, sehingga peluang terjadinya penipuan merek bisa ditekan. Aturan ini juga diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 yang mewajibkan penyelenggara sistem elektronik menjaga keamanan dan keandalan *platform*nya. Artinya, *Marketplace* harus memastikan sistemnya tidak

menjadi tempat penyebaran barang palsu secara luas. Untuk itu, pengawasan dilakukan secara aktif melalui patroli siber oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) guna mendeteksi akun atau toko yang menjual produk bermerek palsu. Dengan demikian, penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia tidak hanya dianggap sebagai pelanggaran administratif, tetapi sebagai tindak pidana yang bisa diproses secara hukum melalui kerja sama antara regulasi merek, aturan perdagangan elektronik, dan penegakan hukum berbasis digital.¹³

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) merupakan aturan utama pemerintah yang berperan dalam mencegah terjadinya tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia. Aturan ini hadir untuk melengkapi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang secara khusus mengatur perlindungan hukum terhadap merek. Melalui PP PMSE, penyelenggara perdagangan elektronik tidak lagi hanya diposisikan sebagai perantara, tetapi diwajibkan bertanggung jawab secara aktif terhadap konten yang ada di *platform*nya.

Marketplace seperti *Shopee* dan *Tokopedia* harus melakukan pengawasan serta menindak konten ilegal, termasuk penjualan produk dengan merek palsu. Untuk menghadapi dan mencegah tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia, *platform e-commerce* menerapkan berbagai sistem perlindungan dan teknologi keamanan yang saling melengkapi. Upaya ini tidak hanya bertujuan menjaga keamanan *platform*, tetapi juga untuk menekan peredaran barang bermerek palsu yang dapat merugikan konsumen serta pemilik hak merek. Secara teknis, *Marketplace* menerapkan proses verifikasi identitas penjual (*know your seller*), penggunaan sistem pemantauan otomatis berbasis algoritma untuk mendeteksi penggunaan merek terkenal secara tidak sah. *Platform* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*, misalnya, memberikan akses kepada pemilik merek untuk melaporkan produk yang diduga palsu agar dapat segera diturunkan (*takedown*). Semakin cepat laporan diproses dan konten dihapus, semakin kecil potensi kerugian yang dialami konsumen maupun pemilik merek.

¹² Imelda, Chitra., Dewi, Putri., Budiman, Eren., Yustrisia, Lola., Wardana, Khristyawan., Harii, Achmad., Apriyani, Rini., Adriani, Feby., Arman, Zuhdi., Indrijantoro, Widodo., Afro, Fakhriyah., Nurjanah, "Transformasi Hukum", (Padang, Gita Lentera, 2025), hal. 29

¹³ Kementrian Hukum Republik Indonesia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, "Transaksi E-Commerce Melesat, Regulasi dan Penegakan KI Diperkuat", DJKI, 17 Februari 2025, diakses dari <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/transaksi-e-commerce-melesat-regulasi-penegakan-ki-diperkuat>

Marketplace juga menerapkan sistem rating dan ulasan sebagai bentuk kontrol sosial dari konsumen, pembatasan terhadap akun yang terindikasi melanggar, hingga penutupan permanen toko yang terbukti menjual barang palsu. Pendekatan berlapis ini penting karena praktik penipuan merek di *Marketplace* sering dilakukan secara terorganisir, misalnya dengan membuat beberapa akun untuk menghindari pengawasan. Secara keseluruhan, penerapan teknologi keamanan dan mekanisme perlindungan tersebut merupakan langkah pencegahan dini terhadap tindak pidana penipuan merek produk.

Upaya ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta regulasi perdagangan elektronik, sekaligus memperkuat perlindungan konsumen dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan digital di Indonesia. Dengan demikian, regulasi ini memperkuat upaya pencegahan dan penanggulangan penipuan merek di ranah digital. *Marketplace* memiliki kewajiban untuk antara lain :

- 1) Enkripsi Data, Data Pribadi Pengguna, baik yang tersimpan maupun yang sedang ditransmikan, harus dienkripsi. Enkripsi ini memastikan bahwa meskipun data dicuri, isinya tidak dapat dibaca atau digunakan oleh pihak yang tidak berwenang.
- 2) Kebijakan Privasi, *Marketplace* harus memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan. Kebijakan ini menginformasikan kepada pengguna bagaimana data mereka dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi.¹⁴

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mewajibkan setiap penyelenggara sistem elektronik, termasuk *Marketplace*, untuk memastikan sistemnya aman, andal, dan dapat dipertanggungjawabkan. *Marketplace* juga harus menyediakan saluran komunikasi bagi pengguna serta memiliki mekanisme untuk menghapus informasi yang melanggar hukum. Ketentuan ini sangat berkaitan dengan upaya pencegahan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia.

Pelaku penipuan merek sering memanfaatkan kelemahan sistem dengan mengunggah produk bermerek palsu, memberikan deskripsi yang menyesatkan, atau mencantumkan informasi elektronik yang tidak benar. Karena itu, kewajiban menjaga keamanan dan keandalan sistem berarti *Marketplace* harus memiliki pengawasan internal, proses verifikasi penjual,

serta sistem deteksi dan penghapusan (*takedown*) terhadap konten yang melanggar. Jika kewajiban ini tidak dijalankan dengan baik, *Marketplace* dapat dinilai tidak memenuhi tanggung jawab hukumnya sebagai penyelenggara sistem elektronik. Selain itu, ketersediaan saluran pengaduan sangat penting ketika pemilik merek atau konsumen menemukan adanya produk palsu. *Marketplace* harus menindaklanjuti laporan tersebut dengan cepat, misalnya dengan menurunkan konten, membatasi akun pelanggar, dan menyimpan data transaksi sebagai bukti apabila dibutuhkan dalam proses hukum. Jika terjadi sengketa terkait dokumen atau informasi elektronik, *Marketplace* juga berkewajiban membantu proses penyelesaiannya.

PP No. 71 Tahun 2019 menegaskan bahwa *Marketplace* bukan hanya perantara jual beli, tetapi juga memiliki tanggung jawab hukum untuk mencegah *platform*nya digunakan sebagai sarana penipuan merek. Aturan ini sekaligus memperkuat akuntabilitas *Marketplace* dalam mendukung penegakan hukum terhadap peredaran barang bermerek palsu di ranah digital.¹⁵ Pemerintah memperkuat penanganan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia melalui kerja sama antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan berbagai *platform e-commerce* dalam bentuk nota kesepahaman (*MoU*).

Mekanisme ini penting karena penipuan merek di *Marketplace* sering dilakukan dengan memanfaatkan kecepatan dan luasnya jangkauan *platform* digital. Selain itu, pemerintah juga mendorong sertifikasi keandalan sistem PMSE guna memastikan bahwa *Marketplace* memiliki sistem pengawasan, keamanan data, dan prosedur penanganan pelanggaran yang memadai. Kewajiban pelaporan transaksi secara berkala kepada Badan Pusat Statistik (BPS) turut memperkuat transparansi dan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan elektronik, sehingga peredaran barang palsu dapat lebih mudah dipantau secara sistemik. Apabila ditemukan unsur tindak pidana, penanganan dilakukan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) DJKI. Sejak tahun 2019, telah ditangani ratusan kasus pelanggaran merek di ranah digital. Hal ini menunjukkan bahwa penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia tidak hanya diperlakukan sebagai pelanggaran administratif, tetapi sebagai tindak pidana yang dapat diproses secara hukum. Dengan adanya sinergi antara pemerintah dan *Marketplace*, upaya pencegahan,

¹⁴ Endika, Yepri., Aji, Rosyid., "Bisnis Digital, Strategi, Konsep, dan Tantangan Dalam Ekonomi Digital", (Sidoarjo, Inti Litera, 2026), hal. 187.

¹⁵ Chrismardani, Yustina., "E-Commerce Konsep Dasar dan Implementasi Untuk UMKM", (Purwokerto, Eureka Media Aksara, 2021), hal. 143

pengawasan, dan penindakan terhadap merek palsu di *platform* digital menjadi lebih terstruktur dan efektif.¹⁶

Pemilik merek produk di Indonesia sebenarnya memiliki langkah hukum yang bisa ditempuh secara bertahap untuk menangani tindak pidana penipuan merek di *Marketplace*. Dasarnya adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya. Pemilik merek perlu mengumpulkan dan mendokumentasikan bukti pelanggaran, seperti foto produk palsu, tautan (link) toko di *Marketplace*, tangkapan layar (*screenshot*) iklan, hingga bukti pembelian jika ada. Bukti-bukti ini sangat penting untuk memperkuat klaim, baik saat melapor ke *Marketplace* maupun ketika membawa perkara ke ranah hukum.

Langkah awal yang dapat dilakukan adalah melaporkan pelanggaran tersebut langsung ke *Marketplace*, misalnya melalui fitur pengaduan pelanggaran HKI di *Shopee* atau Tokopedia. *Platform* pada dasarnya wajib merespons laporan dari pemilik merek dan melakukan penurunan (*takedown*) terhadap produk yang terbukti melanggar. Selain itu, pemilik merek juga disarankan melakukan patroli siber secara rutin untuk memantau kemungkinan munculnya kembali produk palsu, serta berkoordinasi dengan DJKI untuk dukungan monitoring dan penindakan. Jika unsur pidana terpenuhi misalnya penggunaan merek yang sama secara keseluruhan atau pada pokoknya tanpa hak pemilik merek dapat melaporkan kasus tersebut kepada kepolisian. Berdasarkan Pasal 100 UU Merek, pelaku dapat diancam pidana penjara hingga 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp2 miliar. Dalam kasus tertentu, jika barang palsu berasal dari luar negeri, pemilik merek juga dapat berkoordinasi dengan Bea Cukai untuk mencegah peredaran dan melakukan penindakan terhadap barang impor ilegal, termasuk pemusnahan barang bukti.

Menjerat penjual sebagai pelaku utama, *Marketplace* juga dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti lalai dalam melakukan pengawasan atau tidak menindaklanjuti laporan pelanggaran. Dengan demikian, penanganan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia dapat dilakukan melalui kombinasi langkah administratif, perdata, dan pidana secara bertahap

dan terukur.¹⁷ Transaksi elektronik pada era digital saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong lahirnya berbagai *platform* perdagangan dalam sistem elektronik (PMSE) yang memudahkan masyarakat melakukan jual beli tanpa batas ruang dan waktu. *Marketplace* sebagai perantara digital menghadirkan efisiensi, kemudahan akses, serta variasi produk yang luas. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi risiko hukum, khususnya terkait tindak pidana penipuan merek produk melalui penjualan barang bermerek palsu.

Transaksi elektronik pada dasarnya merupakan perbuatan hukum yang dilakukan melalui komputer dan jaringan internet tanpa tatap muka langsung, sehingga sangat bergantung pada kepercayaan para pihak. Dalam perdagangan melalui sistem elektronik, hubungan antara penjual dan pembeli tetap tunduk pada prinsip-prinsip perjanjian, seperti kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Karena dilakukan secara daring dan lintas wilayah, sistem ini juga membuka peluang terjadinya tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia, khususnya melalui penjualan barang bermerek palsu.

Dalam konteks *Marketplace* seperti *Shopee* dan Tokopedia, pemalsuan merek sering dilakukan dengan memanfaatkan anonimitas penjual, harga yang tidak wajar, serta penggunaan foto dan deskripsi yang menyesatkan. Oleh karena itu, konsumen dapat berperan aktif mencegah terjadinya penipuan merek dengan langkah kehati-hatian sederhana. Misalnya, memilih toko resmi (*official store*) atau penjual terverifikasi dengan rating tinggi dan ulasan positif, serta menghindari akun baru tanpa riwayat transaksi yang jelas. Tindakan ini penting karena banyak kasus penipuan merek dilakukan melalui akun sementara yang dibuat untuk menjual barang palsu dalam waktu singkat. Konsumen juga perlu membandingkan gambar, deskripsi, dan spesifikasi produk dengan situs resmi pemilik merek. Perhatikan detail kemasan, hologram, kode produksi, serta tanggal kedaluwarsa. Harga yang jauh di bawah standar pasar—terutama diskon ekstrem lebih dari 50%—sering kali menjadi indikasi barang palsu. Dalam banyak kasus tindak pidana penipuan merek, pelaku

¹⁶ Daga, Rosnaini., Gunawan, Hendra., Ramli, Gamal., “Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM”, (Indramayu, Adab, 2020), hal. 22.

¹⁷ Sinaga, Niru., Ferdian, Muhammad., “Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce)”, (Jakarta, Universitas Dirgantara Marsekal, 2020), Vol. 10, No. 2 Maret 2020, hal. 78.

memancing korban dengan harga tidak masuk akal agar transaksi terjadi cepat tanpa verifikasi.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penipuan merek produk merupakan perbuatan menggunakan, meniru, atau memalsukan merek yang telah terdaftar atas nama pihak lain dengan tujuan mengelabui konsumen dan mendapatkan keuntungan secara tidak sah. Tindakan ini biasanya terjadi ketika pelaku memakai tanda yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek asli untuk barang atau jasa sejenis, sehingga menimbulkan kesan seolah-olah produk tersebut berasal dari pemilik merek yang sah. Pemalsuan merek merupakan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi dua pihak sekaligus, yakni pemilik merek yang sah dan konsumen. Bagi pemilik merek, beredarnya produk palsu dapat menyebabkan penurunan penjualan, merusak citra dan reputasi usaha, serta mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang selama ini dibangun. *Marketplace* sebagai sarana perdagangan digital memperluas distribusi produk-produk tersebut sehingga peredarannya semakin luas dan pengawasannya menjadi lebih sulit. Oleh karena itu, penipuan merek produk di *Marketplace* tidak hanya berkaitan dengan pelanggaran hak atas merek, tetapi juga menyentuh aspek perlindungan konsumen, etika bisnis dalam perdagangan digital, serta tanggung jawab *platform* dalam melakukan pengawasan dan penertiban terhadap produk yang diperjualbelikan. Peredaran barang palsu dapat terjadi di pasar konvensional maupun melalui *platform* digital seperti *Marketplace*, yang memudahkan pelaku menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan demikian, penipuan merek produk merupakan permasalahan yang mencakup seluruh rantai kegiatan perdagangan, mulai dari pembuatan hingga pemasaran barang palsu tersebut. Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 100 ayat (1), menegaskan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis dapat dikenai pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Sementara itu, pada ayat (2) diatur bahwa penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan

merek terdaftar untuk barang atau jasa sejenis juga merupakan tindak pidana, dengan ancaman pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Ketentuan ini menunjukkan bahwa hukum memberikan sanksi tegas baik terhadap pemalsuan merek yang identik maupun yang hanya menyerupai secara substansial. Ketentuan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 menegaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan atau membuat dapat diaksesnya informasi bohong dan menyesatkan melalui sistem elektronik, sehingga menimbulkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, dapat dikenai sanksi pidana. Dalam kerangka UU ITE, termasuk Pasal 39, ditegaskan adanya peran pemerintah dan penyelenggara sistem elektronik dalam mencegah dan menanggulangi penyalahgunaan sistem elektronik, termasuk melalui mekanisme penghapusan (*take down*) konten yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi landasan penting dalam menangani penipuan merek produk di *Marketplace*, terutama untuk melindungi konsumen dari praktik dagang yang menyesatkan. Melalui Pasal 8 ayat (1) huruf f, pelaku usaha—termasuk penjual di *Marketplace*—dilarang menjual atau mengiklankan barang yang tidak sesuai dengan keterangan pada label, iklan, atau promosi.

2. *Marketplace* sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Kemudahan akses, banyaknya pilihan produk, serta proses transaksi yang cepat membuat perdagangan melalui sistem elektronik semakin diminati. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat risiko yang tidak bisa diabaikan, salah satunya adalah penipuan merek produk melalui penjualan barang palsu. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga merugikan pemilik merek dan merusak kepercayaan dalam sistem perdagangan elektronik. Pencegahan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia memerlukan peran aktif dari berbagai pihak, dimulai dari konsumen sebagai pihak yang paling sering menjadi korban. Konsumen perlu menerapkan langkah preventif dengan berbelanja di toko resmi

(official store) atau penjual terverifikasi yang memiliki rating tinggi dan ulasan positif di *Marketplace* seperti *Shopee* dan Tokopedia. Selain itu, konsumen sebaiknya membandingkan produk yang dijual dengan informasi pada situs resmi pemilik merek, termasuk memeriksa detail kemasan, hologram, kode produksi, serta kewajaran harga. Harga yang terlalu murah atau diskon ekstrem sering menjadi indikator barang palsu. Dari sisi keamanan transaksi, konsumen wajib menggunakan sistem pembayaran escrow (rekening bersama) yang disediakan *Marketplace* dan menghindari transfer langsung ke rekening pribadi penjual. Penyimpanan bukti transaksi seperti tangkapan layar (screenshot), deskripsi produk, bukti pembayaran, dan percakapan dengan penjual juga sangat penting sebagai alat bukti apabila terjadi sengketa atau dugaan tindak pidana. Di sisi lain, *Marketplace* sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) memiliki tanggung jawab pengawasan karena berperan sebagai perantara transaksi. *Marketplace* harus menerapkan verifikasi identitas penjual secara ketat (know your seller), menggunakan sistem deteksi otomatis untuk mengidentifikasi produk mencurigakan, serta menyediakan mekanisme pelaporan cepat (notice and take down) guna menindaklanjuti laporan pelanggaran. Penutupan akun penjual yang terbukti menjual barang palsu dan kerja sama dengan pemilik merek serta aparat penegak hukum juga menjadi langkah penting dalam mencegah peredaran produk palsu. Pemilik merek pun memiliki peran strategis dalam pencegahan dengan mendaftarkan mereknya secara resmi guna memperoleh perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, pemilik merek perlu secara aktif memantau peredaran produknya di *Marketplace* dan segera mengajukan pengaduan atau gugatan apabila ditemukan pelanggaran hak merek. Sementara itu, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) DJKI berwenang melakukan pengawasan dan penindakan terhadap peredaran barang palsu. Penindakan hukum dapat dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan bahkan dapat dikaitkan dengan ketentuan penipuan dalam KUHP apabila terdapat unsur tipu muslihat. Sanksi yang dapat dijatuhkan meliputi pidana penjara, denda, hingga pencabutan izin usaha. Dengan sinergi antara konsumen, *Marketplace*, pemilik merek, dan pemerintah, pencegahan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* Indonesia dapat dilakukan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

B. Saran

1. Diperlukan langkah-langkah strategis dan preventif yang terkoordinasi agar upaya pencegahan tindak pidana penipuan merek produk dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Bagi Pemerintah, perlu meningkatkan pengawasan terhadap peredaran barang bermerek di *Marketplace* melalui penguatan koordinasi antara aparat penegak hukum, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), dan instansi terkait. Penegakan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus dilakukan secara konsisten agar menimbulkan efek jera bagi pelaku. Selain itu, pemerintah perlu meningkatkan edukasi dan literasi hukum kepada masyarakat mengenai bahaya dan konsekuensi hukum penjualan maupun pembelian barang palsu. Bagi *Marketplace* (Penyelenggara PMSE), disarankan untuk memperketat sistem verifikasi identitas penjual (know your seller), meningkatkan teknologi pendeteksi produk palsu berbasis digital, serta mempercepat mekanisme *notice and take down* terhadap laporan pelanggaran merek. *Marketplace* juga perlu memberikan sanksi tegas berupa pemblokiran permanen akun bagi penjual yang terbukti melakukan pelanggaran. Bagi Pemilik Merek, disarankan untuk segera mendaftarkan merek secara resmi serta aktif melakukan pemantauan terhadap peredaran produknya di *platform* digital. Pemilik merek juga perlu menjalin kerja sama dengan *Marketplace* dan aparat penegak hukum untuk mempermudah proses pelaporan dan penindakan terhadap pelanggaran. Bagi Pelaku Usaha/Penjual, perlu meningkatkan kesadaran hukum dan etika bisnis dalam menjalankan kegiatan perdagangan elektronik.

2. Kompleksitas transaksi elektronik, luasnya jangkauan distribusi, serta kemudahan pelaku dalam memasarkan barang melalui *platform* digital menuntut adanya langkah pencegahan yang komprehensif dan terkoordinasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan agar upaya pencegahan tindak pidana penipuan merek produk di *Marketplace* dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Pemerintah perlu memperkuat sistem pengawasan dan penegakan hukum terhadap peredaran barang palsu di *Marketplace* melalui peningkatan koordinasi antara DJKI, aparat penegak hukum, dan kementerian terkait. Penegakan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen harus dilakukan secara konsisten dan transparan guna memberikan efek jera bagi pelaku. Selain itu, pemerintah juga perlu meningkatkan literasi digital dan kesadaran hukum masyarakat melalui sosialisasi berkelanjutan mengenai bahaya serta konsekuensi hukum dari praktik penjualan dan pembelian barang palsu. Di sisi lain, *Marketplace* sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) harus memperketat proses verifikasi identitas penjual (*know your seller*), mengembangkan teknologi berbasis kecerdasan buatan untuk mendeteksi produk palsu, serta mempercepat mekanisme *notice and take down* terhadap laporan pelanggaran. *Marketplace* juga perlu memberikan sanksi tegas berupa pemblokiran permanen akun serta melaporkan pelanggaran kepada aparat penegak hukum apabila ditemukan unsur tindak pidana.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afda'U, Faisal, "Dinamika dan Perkembangan Hukum Kekayaan Intelektual di Era Digital", (Tangerang, Graflit Anagraf Indonesia, 2025), hal. 75.
- Aswan, Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik, (Bogor, Guepedia, 2019), hal. 21.
- Budianto, Alexius, *Analisis Bisnis E-Commerce*, (Malang, MNC Publishing, 2020), hal. 39.
- Chazawi, Adami, "Kejahatan Terhadap Harta Benda", (Malang, Media Nusa Creative, 2021), hal. 116.
- Chrismardani, Yustina, "E-commerce Konsep Dasar dan Implementasi Untuk UMKM", (Purwokerto, Eureka Media Aksara, 2021), hal. 143.
- Daga, Rosnaini, Gunawan, Hendra, Ramli, Gamal, "Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM", (Indramayu, Adab, 2020), hal. 22.
- Endika, Yepri, Aji, Rosyid, "Bisnis Digital, Strategi, Konsep, dan Tantangan Dalam Ekonomi Digital", (Sidoarjo, Inti Litera, 2026), hal. 187.
- Febriansyah, Feri, "Cybercrime : Kejahatan di Balik Layar Digital", (Lampung, Najaha, 2025), hal.10.
- Gunandi, Ismu, Efendi, Jonaedi, "Cepat dan Mudah Memahami Hukum Pidana", (Jakarta, Kencana Prenadamedia Group, 2014), hal. 148.
- Imelda, Chitra, Dewi, Putri, Budiman, Eren, Yustrisia, Lola, Wardana, Khristyawan, Hariri, Achmad, Apriyani, Rini, Adriani, Feby, Arman, Zuhdi, Indrijantoro, Widodo, Afro, Fakhriyah, Nurjanah, "Transformasi Hukum", (Padang, Gita Lentera, 2025), hal. 29.
- Ramdan, Asep, Siwiyanti, Leonita, Komariah, Kokom, Saribanon, Euis, "Manajemen Pemasaran", (Bandung, Penerbit Widina, 2023), hal. 170.
- Sari, Elsi, Simanunsong, Advendi, "Hukum dalam Ekonomi", (Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia, 2008), hal. 124.
- Saripudin, Asep, "Adaptabilitas Hukum Pada Penggunaan Merek Sebagai Kode Webpage Tersembunyi (Metatag) dalam Kerangka Pembangunan Ekonomi Nasional Berbasis Digital", (Bandung, Alumni Penerbit Akademik, 2022), hal. 90.
- Soerjono Soekanto, "Pengantar Penelitian Hukum", (Jakarta: UI-Press), hal. 21.
- Soraya, Ade, Jumanah, Fauziah, Nurlani, Meirina, Khaerudin, Ariy, Markoni, Musataklima, Rochmiyatun, Siti, Rohani, Andrian, Sri, Fajarani, Meisy, "Hukum Perlindungan Konsumen", (Yogyakarta, Edu Akademi, 2026), hal. 46.
- Sumarni, Titin, Wahyuningsih, I, Mufaroh, Dewi, Irlina, Roinah, "Strategi Peningkatan Ekonomi Dengan Memanfaatkan Marketplace Melalui Media Internet (Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Sungai Alam Kecamatan Bengkalis)", (Riau, Dotplus Publisher, 2022), hal. 12.

- Suryadi, Rlady, Edwar, Rosid, Tamam, "Aspek Hukum Dalam Perekonomian Nasional", (Semarang, Alinea Indonesia, 2025), hal. 110
- Suryanto, Sundari, Ariefah, Afyah, Siti, "Aspek Hukum Dalam Perekonomian (Legal Aspects in Economy)", (Lamongan, Academia Publication, 2024), hal. 88.
- Yasa, I Nyoman, Wiguna, I Gd, "Kewirusahaan Theopreneurship", (Depok, Rajagrafindo Persada, 2020), hal. 130.

Jurnal

- Kaunang, Agnes, Lumintang, Djefry, Sepang, Ronny, "Menyebarkan Berita Bohong Menyebabkan Mengakibatkan Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Sebagai Tindak Pidana Menurut UU ITE (Putusan Mahkamah Agung Nomor 3905 K/PID.SUS/2022)", (Manado, Universitas Sam Ratulangi, 2024), Vol. 12, No. 4, hal.1
- Kermite, Dean, Mercury, Denis, Christina, Enge, "Hak Merek untuk Memperkuat Citra Bisnis", (Surabaya, Universitas Pelita Harapan), Vol. 1, No. 3 2024, hal. 114
- Saiman, "Kajian Yuridis Tindak Pidana Pemalsuan Merek Dagang (Studi Kasus Putusan Pengadilan Negeri Yogyakarta Nomor : 354/Pid.Sus/2016/PN,Yyk)", (Surakarta, Universitas Slamet Riyadi, 2018), Vol. 9, No. 3, hal. 192.
- Silalahi, Putri, Soemartono, Gatot, "Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu pada *Marketplace Shopee*", (Jakarta, Universitas Tarumanagara, 2024), Vol. 6, No. 4 Mei 2024, hal. 621
- Sinaga, Niru, Ferdian, Muhammad, "Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce)", (Jakarta, Universitas Dirgantara Marsekal, 2020), Vol. 10, No. 2 Maret 2020, hal. 78.
- Suhirman, Indah, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara Online", (Denpasar, Universitas Udayana, 2018), Vol. 6, No. 10, hal. 5.
- Utomo, Bernadetta, Sudaryat, Suryamah, Aam, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu pada *Platform Marketplace*", (Jambi, Universitas Batanghari, 2021), Vol. 5, No. 1 April, hal. 70.

Peraturan Perundang-Undangan

- Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi

Pasal 100 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Sumber Lain

- ILS Law Firm, "Jenis-Jenis Penipuan di KUHP", 13 Februari 2025, diakses dari <https://www.ilslawfirm.co.id/jenis-jenis-penipuan-di-kuhp/>, diakses pada 11 Februari 2026
- Kementrian Hukum Republik Indonesia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, "Transaksi E-commerce Melesat, Regulasi dan Penegakan KI Diperkuat", DJKI, 17 Februari 2025, diakses dari <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/transaksi-e-commerce-melesat-regulasi-penegakan-ki-diperkuat?>
- SipLawFirm, *Menelusuri Pelanggaran Merek di Marketplace, Siapa yang Bertanggungjawab*, <https://siplawfirm.id/menelusuri-pelanggaran-merek-di-Marketplace-siapa-yang-bertanggungjawab>, diakses pada 12 Februari 2026.