YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.ulka-bogor.ac.id/Index.php/YUSTISI

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERKENAL ATAS BARANG PALSU PADA *PLATFORM E - COMMERCE*

Yana Yulianti[1], Cita Citrawinda[2,] Retno Kus Setyowati[3]
[1,2,3]Universitas Krisnadwipayana, Indonesia
Email: yanaragatnata@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang implikasi terhadap perlindungan hukum terhadap merek terkenal atas barang palsu pada platform e–commerce dan hak kekayaan intelektual terhadap perolehan hak dan manfaat ekonomi, Pemilik hak akan kekayaan intelektual sebagai kreatif dan pencipta wajib memperoleh jaminan dan perlindungan hukum terhadap hasil karyanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual adalah pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam melaksanakan haknya dilindungi secara hukum. Hak – hak ekonomi yang dimiliki oleh pemilik apabila dilaksanakan dapat menghasilkan manfaat ekonomi. Hak-hak tersebut meliputi hak memakai, memproduksi mengumumkan, memperbanyak, menjual, mengimpor, mengekspor dan memberikan lisensi (izin) kepada pihak lain ataupun yang berlakukan perdagangan pada platform e – commerce yang ingin memanfaatkan kekayaan intelektual tersebut. Apabila terjadi pelanggaran dalam penyalah gunaan merek terkenal, maka Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai upaya preventif memberikan hak bagi pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk menuntut secara perdata, pidana atau administratif. Perlindungan hukum dan manfaat ekonomi adalah dua hal yang esensial dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Pemilik Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai subjek kreatif seharusnya memiliki kedua hal tersebut.
Kata kunci: HKI, Perlindungan Hukum, E-commerce, Barang Palsu.

Abstract

The purpose of this research is to examine the implications of legal protection for well - known brands for counterfeit goods on e – commerce platform and intellectual property rights for obtaining rights and economic benefits. Owners of intellectual property rights as creatives and creators are obliged to obtain legal guarantees and protection against the results of his work. The research results show that form of legal protection for intellectual property rights is that the owner of intellectual property rights (IPR) in exercising his rights is legally protected. The economic rights owned by the owner, if implemented, can produce economi benefits. These rights include the right to use, produce, publish, reproduce, sell, import, export and grant licenses (permits) to other parties or those who carry out trade on e – commerce platform who wish to utilize this intellectual property. If a violation occurs in the misuse of a well – know brand, Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications as a preventive measure gives the owner of Intellectual Property Rights (HKI) the right to sue civilly, criminally or administratively. Legal protection and economic benefits are two essential things of Intellectual Property Rights (IPR). Owners of Intellectual Property Rights (IPR) as creative subjects should have both of these things.
Keywords: *IPR, Legal Protection, E- Commerce, Counterfeit Good.*

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

PENDAHULUAN

Di era modern, komunikasi yang terbuka dan pemasaran yang luas telah membuat merek berkembang pesat. Bahkan sebelum produk dengan merek tertentu dipasarkan secara global, reputasinya dapat tumbuh melalui berbagai media seperti internet, televisi kabel, dan publikasi internasional. Hal ini memungkinkan konsumen mengenali merek terkenal tanpa memandang volume penjualannya. Dengan demikian, pengaruh komunikasi yang semakin luas telah mengubah cara merek dikenal dan diterima oleh masyarakat global (Citrawinda, 2020).

Perlindungan merek telah menjadi perhatian dalam hukum internasional yang diwujudkan dalam Konvensi Paris serta perjanjian multilateral dalam World Trade Organization (WTO), khususnya dalam Persetujuan TRIPS. Indonesia sendiri telah menjadi anggota World Intellectual Property Organization (WIPO) sejak tahun 1979 dengan meratifikasi Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang Paris Convention for the Protection of Industrial Property dan Convention Establishing the WIPO. Keputusan ini kemudian mengalami perubahan melalui Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 (Citrawinda, 2020).

Konvensi Paris adalah perjanjian yang bersifat terbuka, yang mendorong sistem hukum nasional negara peserta untuk berkembang dan mengadopsi prinsip hukum internasional yang menciptakan Union law. Salah satu wujud dari implementasi konvensi ini adalah pembentukan WIPO yang disepakati dalam konvensinya pada 14 Juli 1967 di Stockholm (Citrawinda, 2020). Perlindungan Hak Kekayaan Industri yang menjadi bagian dari Konvensi Paris bertujuan melindungi karya intelektual dalam berbagai bidang, seperti industri, ilmu pengetahuan, sastra, dan seni.

Seiring waktu, Konvensi Paris mengalami revisi beberapa kali, dengan revisi terakhir pada tahun 1967 yang menjadi dasar bagi Indonesia untuk meratifikasinya melalui Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979. Konvensi ini menjadi acuan bagi berbagai perjanjian internasional terkait merek, termasuk Protocol Relating to the Madrid Agreement yang mengatur pendaftaran merek internasional. Selain itu, Indonesia juga mengadopsi Nice Agreement yang mengatur klasifikasi barang dan jasa dalam pendaftaran merek (Citrawinda, 2020).

Indonesia telah melakukan berbagai langkah penyesuaian setelah meratifikasi Persetujuan TRIPs guna menyelaraskan pengaturan mereknya dengan standar internasional. Hal ini tercermin dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menerapkan sistem first-to-file, di mana hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya. Undang-undang ini merupakan hasil harmonisasi hukum nasional dengan berbagai perjanjian internasional, termasuk Trademark Law Treaty (TLT) dan Protocol Madrid.

Dalam konteks Hak Kekayaan Intelektual (HKI), WIPO mendefinisikannya sebagai hak yang diberikan kepada individu atas hasil ciptaannya dalam berbagai bidang. HKI mencakup hak eksklusif bagi pencipta untuk menguasai dan memanfaatkan hasil karyanya dalam periode tertentu. Kekayaan intelektual meliputi karya di bidang teknologi, seni, dan ilmu pengetahuan yang lahir dari kemampuan manusia dalam menciptakan sesuatu yang bernilai ekonomi (Citrawinda, 2020).

Sejarah perlindungan merek bermula pada abad ke-19 sebagai bagian dari hukum yang mengatur persaingan usaha dan pemalsuan barang. Prinsip utama perlindungan merek adalah bahwa tidak ada pihak yang boleh menawarkan produknya dengan

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

menggunakan merek yang sudah dikenal sebagai milik pihak lain. Dalam dunia perdagangan, produsen menggunakan merek sebagai tanda pengenal yang membedakan produknya dari produk sejenis lainnya. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap merek menjadi penting untuk mencegah pelanggaran yang semakin marak seiring perkembangan perdagangan global (Citrawinda, 2021).

Di Indonesia, regulasi terkait HKI telah ada sejak era kolonial Belanda, dengan Undang-Undang Merek pertama kali diperkenalkan pada tahun 1885. Indonesia menjadi anggota Paris Convention sejak 1888 dan Berne Convention sejak 1914. Selama pendudukan Jepang, regulasi terkait HKI tetap berlaku. Kemudian, Indonesia mengundangkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek yang menggantikan peraturan kolonial dan mulai berlaku pada 11 November 1961. Undang-undang ini ditujukan untuk melindungi masyarakat dari barang tiruan.

Perkembangan hukum merek terus berlanjut dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 yang menggantikan Undang-Undang Merek 1961. Setelah Indonesia meratifikasi WTO Agreement melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, peraturan merek kembali disesuaikan dengan ketentuan TRIPs yang mengatur aspek perdagangan dan hak kekayaan intelektual. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 mengalami perubahan dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 (Citrawinda, 2021).

Globalisasi di berbagai sektor, khususnya ekonomi dan perdagangan, menjadi latar belakang pembentukan Undang-Undang Merek. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi mempercepat integrasi pasar global yang membutuhkan persaingan usaha yang sehat. Untuk memperkuat perlindungan merek, Indonesia kembali menyempurnakan regulasinya dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang kemudian digantikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Citrawinda, 2021).

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek didefinisikan sebagai tanda grafis yang dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, warna, serta bentuk dua atau tiga dimensi, suara, atau hologram yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa dalam perdagangan. Perkembangan teknologi digital juga berpengaruh terhadap merek, terutama dalam perdagangan elektronik atau e-commerce yang semakin marak di era internet.

Marketplace menjadi salah satu bentuk perdagangan elektronik yang banyak digunakan dalam transaksi jual beli. Meskipun memiliki banyak manfaat, sistem ini juga menghadirkan tantangan baru dalam pengawasan barang yang diperdagangkan. Tanpa pengawasan yang ketat, marketplace berpotensi menjadi sarana bagi pelanggaran HKI, termasuk penyalahgunaan merek. Dalam konteks perdagangan di Indonesia, merek berperan penting dalam menjamin kualitas produk dan memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap barang atau jasa yang mereka gunakan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (concept approach) untuk menganalisis peraturan terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya dalam bidang merek serta penyusunan kontrak bisnis. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji regulasi seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta beberapa peraturan lainnya yang berkaitan dengan perdagangan elektronik dan transaksi digital. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk memahami doktrin-doktrin hukum yang berkembang guna membangun argumentasi hukum yang kuat dalam menyelesaikan permasalahan penelitian. Melalui kombinasi kedua pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai keterkaitan antarperaturan hukum yang berlaku serta implikasinya dalam praktik bisnis dan perlindungan hukum terhadap merek dagang.

Dalam hal sumber data, penelitian ini menggunakan tiga jenis bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum yang memiliki kekuatan mengikat, seperti kontrak serta putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder meliputi literatur akademik, jurnal ilmiah, serta pendapat ahli yang memberikan analisis lebih lanjut terhadap bahan hukum primer. Sementara itu, bahan hukum tersier mencakup referensi tambahan seperti kamus hukum dan ensiklopedia yang membantu dalam pemahaman konsep hukum secara lebih luas. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan langkah-langkah sistematis, termasuk identifikasi serta inventarisasi sumber hukum yang relevan, guna mendapatkan analisis yang komprehensif mengenai isu hukum yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan perlindungan merek terkenal terhadap barang palsu di dalam Undang – Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan Merek adalah tanda yang dapat di tampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang tau badan hukum dalam kegiatan pedagangan barang dan/atau jasa.

Mengenai aturan terhadap Undang-undang pada Nomor 19 Tahun 2016 yang dijelaskan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang dasar hukum dari e-commerce. Ketentuan tersebut mengatur tentang mengenai pengakuan akan dokumen pada elektronik ataupun dalam sistem elektronik dan diatur pada Pasal 1 (4) juga angka 5. Pasal 1 angka 4 “Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta,

rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.” Terhadap Pasal 1 angka 4 tersebut menjelaskan apa saja dalam dokumen pada elektronik ini terhadap regulasi yang diatur serta dijelaskan mengenai apa saja delik yang masuk dalam kriteria pada pasal 1 angka 4 ini.

Pasal 1 angka 5 “Sistem elektronik adalah rangkaian perangkat dan program elektronik yang mempunyai fungsi menyiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mentransmisikan, dan/atau

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

menyebarkan informasi elektronik. Oleh karena itu, transaksi Platfrom e-commerce adalah juga dilakukan dalam perdagangan rutin, namun perjanjian yang digunakan dalam Platform e-commerce adalah kesepakatan yang dicapai oleh para pihak melalui sistem elektronik atau disebut kontrak elektronik Pasal 1, Pasal 17 Undang-Undang, Nomor 19 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Tahun 2016 juga menjelaskan hal ini ditetapkan bahwa "kontrak elektronik adalah kesepakatan yang dicapai antara para pihak melalui sistem elektronik".

Barang tiruan sekarang ini masih banyak beredar dijual di platform-platform e - commerce, jelas hal tersebut merupakan pelanggaran HKI. Contohnya seperti merek maupun tas Louis Vuitton yang dibanderol dengan harga aslinya adalah Puluhan jutaan rupiah, namun barang tiruan ini hanya dijual seharga ratusan ribu rupiah. Padahal, secara hukum Hak Kekayaan Intelektual atas merek tersebut sudah terlindungi. Menurut Mr. Tirtaamidjaya memberikan pengertian merek, dia memberikan pandangannya "Perdagangan pada merek merupakan adapun tanda dipasang terhadap barang atau kemasan untuk membedakan barang tersebut dengan barang lain yang sejenis.", dan pengertian lain berdasarkan pada Pasal 1 UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis menjelaskan pengertian bahwa "Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa". Merek dapat diberikan kepada seorang pemohon yang mendaftarkan suatu mereknya kepada Kemenkumham, karena menggunakan suatu merek tanpa izin dapat menyebabkan terjadinya konflik di kemudian hari. Pasal 46 PP Pada Ketentuan Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik "Transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak mempunyai akibat hukum bagi para pihak, dan penyelenggaraan transaksi elektronik harus berdasarkan prinsip integritas, transparansi, kehati-hatian, akuntabilitas, dan kewajaran ." Dengan itu menyebabkan keterikatan dengan ketentuan-ketentuan hukum sehingga akan melahirkan suatu bentuk tanggung jawab. Jika mengacu pada Pasal 22 ayat (1) PP No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), bahwa pada dasarnya e - commerce bertanggung jawab atas konten informasi yang ada di dalam sistemnya. Sedangkan di dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 100 (1) dan (2). Tindakan hukum yang diambil oleh pemilik merek:

1. Pemegang merek dalam dagang dapat mengajukan keluhan atau menangguhkan permohonan kepada bea cukai.
2. Pemegang merek bisa melakukan pengajuan suatu permohonan terhadap penetapan dalam bentuk tertulis kepada Pengadilan Niaga. Pemegang merek dagang melakukan gugatan secara perdata untuk ganti atas kerugian, meminta untuk berhenti menggunakan merek dagang yang di salahgunakan.
3. Pemegang merek bisa memulai proses hukuman pidana dan melakukan tuntutan pidana. Jika Platform e-commerce melakukan pelanggaran dapat di tuntut dan di proses pidana pada pasal 55 KUHP mengenai pelanggaran yang indikasinya dalam hal berikut, yaitu:
    1) Jika tak menanggapi klaim pelanggaran hak kekayaan intelektual dengan didagangkan di platform e - commerce.

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

2) Sudah mengetahui akan adanya kasus tapi kasus tersebut diabaikan. Proses pidana dapat di ajukan terhadap akun penjual atau dilaporkan langsung di platform online. Pihak yang dirugikan dapat memilih sekurang-kurangnya
3) Alternatif jika terjadi pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual. Pertama, dengan permohonan ke Pengadilan Niaga. Tuntutan yang dilakukan ke pengadilan dalam bentuk permintaan penggantian kerugian, atau permintaan pemberhentian kegiatan, serta produksi, distribusi ataupun pemasaran pada barang atau jasa. Kedua, Melakukan mediasi. Pilihan terakhir adalah pidana yang berdasarkan rujukan/pengaduan individu kepada penyidik Polri atau PPNS DGKI melalui proses penyidikan yang dilakukan dengan melaporkan tindak pidana.

Ketentuan-Ketentuan dalam Hukum Pidana Indonesia

Dalam hal pelanggaran hak merek yang sudah mencapai tingkat pidana (seperti pemalsuan atau peredaran barang palsu), Pasal 382 bis dan Pasal 383 KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana) dapat digunakan untuk mengatur tindak pidana pemalsuan barang.

Beberapa upaya hukum yang telah dilakukan oleh Pemerintah Sehubungan dengan pelanggaran Merek dagang atas barang palsu dalam perdagangan Platform E – Commerce di Indonesia.

Sampai saat ini ada beberapa upaya – upaya hukum yang telah dilakukan oleh Pemerintah sehubungan dengan mencegah dan menanggulangi pelanggaran merek atas barang palsu dalam perdagangan Platfrom e – commerce di Indonesia di antaranya yaitu: Konvensi – Konvensi Internasional terkait Kekayaan Intelektual yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia, antara lain :

1. Agreement Establishing the World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang mencakup Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (Persetujuan TRIPs) yang telah diratifikasi melalui Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1994.
2. Paris Convention for the Protection of Industrial Property yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1997.
3. Patent Cooperation Treaty atau Traktat Kerja Sama Paten yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997.
4. Trademark Law Treaty atau Traktat Kerja Sama Merek yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 1997.
5. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997.
6. WIPO Copyright Treaty (WCT) yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 19 Tahun1997.
7. WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) yang telah diratifikasi melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2004.
8. Konvensi Keanekaragaman Hayati (United Nations Convention on Biological Diversity) - diratifikasi melalui Undang - Undang Nomor 5 Tahun 1994 tanggal 1 Agustus 1994.

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

9. Nagoya Protokol (Nagoya Protocol on Access to Genetic Resources and The Fair and Equitable Sharing of Benefit Arising from Their Utilization to The Convention on Biological Diversity, Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2013 tanggal 8 Mei 2013.
10. Protocol relating to the Madrid Agreement concerning the International Registration of Mark, 1989 (Protokol Madrid) diratifikasi melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 92 Tahun 2017 tanggal 30 September 2017 (Citrawinda, 2021).

Indonesia telah menjadi anggota beberapa organisasi internasional yang berperan dalam memerangi peredaran barang-barang palsu, antara lain:

1. World Intellectual Property Organization (WIPO)
   Indonesia menjadi anggota World Intellectual Property Organization (WIPO), yang berfokus pada perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di seluruh dunia, termasuk hak Paten, Merek Dagang, dan Desain Industri. Salah satu tujuan utamanya adalah untuk mengurangi peredaran barang palsu dan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, WIPO adalah badan internasional yang mengatur berbagai hal terkait kekayaan intelektual di dunia. Mereka memiliki pedoman internasional untuk penanganan pelanggaran merek dagang dan penegakan hak merek.
2. World Customs Organization (WCO)
   Indonesia juga berperan aktif dalam World Customs Organization (WCO), yang membantu negara – negara anggotanya dalam meningkatkan kapasitas bea cukai untuk mencegah masuknya barang palsu dan illegal ke pasar negara – negara anggotanya.
3. Asean Working Group on Intellectual Property Cooperation (AWGIPC)
   Sebagai bagian dari ASEAN, Indonesia juga terlibat dalam kelompok kerja ini, yang fokus pada penguatan sistem kekayaan intelektual di kawasan Asia Tenggara, termasuk memerangi barang palsu.
4. Interpol
   Indonesia bekerja sama dengan Interpol dalam operasi internasional untuk menanggulangi peredaran barang-barang palsu yang seringkali terkait dengan kejahatan terorganisir lintas negara.

Konvensi – Konvensi Internasional terkait Kekayaan Intelektual dan Organisasi yang belum diratifikasi dan keanggotaannya dalam keikut sertaan oleh Pemerintah Republik Indonesia, antara lain :

1. Budapest Treaty on the Internasional Recognition of the Deposit of Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure (Traktat Budapest)
2. Locarno Agreement Establishing an International Classification for Industrial Designs (1979) (Perjanjian Locarno).
3. Nice Agreement concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks.
4. The Hague Agreement concerning the International Registration of Industrial Designs (Citrawinda, 2021).

Hingga saat ini, Indonesia belum terdaftar secara resmi sebagai anggota International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), adalah sebuah organisasi global yang fokus pada upaya memerangi pemalsuan dan pelanggaran hak kekayaan intelektual. Meskipun

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

Indonesia kebijakan untuk melawan barang palsu dan pelanggaran hak cipta, keanggotaan negara ini di International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) belum tercatat, International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) adalah sebuah organisasi global yang berfokus pada pemberantasan produk-produk palsu dan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), seperti merek dagang dan paten. Organisasi ini terdiri dari berbagai perusahaan dan entitas yang terlibat dalam industri yang terdampak oleh barang palsu, seperti sektor teknologi, mode, farmasi, dan barang konsumen lainnya. Banyak publikasi yang membahas masalah barang palsu dan pelanggaran HKI yang sering merujuk pada International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) sebagai salah satu organisasi yang terlibat dalam pertempuran melawan produk palsu. Laporan dari lembaga seperti World Customs Organization (WCO), dan World Intellectual Property Organization (WIPO) juga sering menyebutkan peran International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC). Berbagai media dan jurnal yang berfokus pada hukum, bisnis, dan teknologi sering memuat artikel mengenai upaya International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) dalam memerangi pemalsuan barang dan pelanggaran merek dagang. International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) sering mengadakan konferensi atau forum acara yang membahas topik perlindungan hak kekayaan intelektual dan upaya melawan produk palsu. Acara ini sering kali dihadiri oleh perusahaan besar, praktisi hukum, dan pejabat pemerintah. Dengan sumber-sumber ini, Anda bisa mendapatkan gambaran yang lebih mendalam tentang peran International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) dan upayanya dalam memberantas produk palsu di seluruh dunia. International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) bekerja sama dengan pemerintah, penegak hukum, serta pemangku kepentingan lainnya untuk mengidentifikasi, mencegah, dan menindak tegas pelanggaran terkait produk palsu. Selain itu, International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC) juga melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran publik tentang dampak negatif dari peredaran barang palsu, baik dari sisi ekonomi, kesehatan, hingga keselamatan konsumen. Dengan keanggotaannya yang terdiri dari berbagai merek dan perusahaan besar, International Anti - Counterfeiting Coalition (IACC), berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi dan strategi guna melawan perdagangan barang palsu yang semakin berkembang, termasuk melalui kebijakan, pendidikan, dan teknologi.

Peraturan Perundang – undangan yang mengatur tentang Merek :

1. Undang – undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
2. Undang – undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Agreement Establishing the Word Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 28 Tahun 2019 tentang jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2019 tentang Komisi Banding Merek tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding pada Komisi Banding Merek.
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek secara Internasional;

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek;
7. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2018 tentang Syarat dan Tata Cara Permohonan Pencatatan Perjanjian Lisensi Kekayaan Intelektual;
8. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual secara Elektronik;
9. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek;
10. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan Paris Convention for the Protection of Industrial Property dan Convention Establishing the world Intellectual Property Organization;
11. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 1997 tentang Pengesahan Trademark Law Treaty.
12. Keputusan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017 tentang Penetapan Formulir Permohonan Merek (Citrawinda, 2021).

Beragam cara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dalam menangani peredaran barang – barang palsu pada platform e – commerce di Indonesia, Peredaran produk palsu atau illegal merugikan banyak pihak pemegang merek terkenal, tidak hanya pemegang merek barang tersebut, tetapi juga masyarakat dan Pemerintahan di Indonesia, mengigat otoritas Amerika Serikat (AS) memasukan Indonesia dalam kategori Priority Watch List (PWL). Artinya Indonesia masih dianggap salah satu dari beberapa negara yang rawan akan pemalsuan atau pembajakan Merek berbagai upaya terus dilakukan Pemerintah agar Indonesia bisa lepas dari kategori tersebut, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) sebagai salah satu instansi pemerintahan yang menangani persoalan tersebut telah melakukan beragam upaya di antaranya yaitu :

1. Subkoordinator Penyelesaian Sengketa Alternatif Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) pada bulan Oktober Tahun 2022 Pihaknya bersama beberapa lembaga pemerintahan lainnya menjalin kerja sama dan melakukan Deklarasi dengan Asosiasi e - commerce anggota Idea tidak menjual produk palsu atau illegal.
2. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) menjalin Kerjasama langsung dengan pihak pemilik platfrom e - commerce yang bersangkutan walaupun tidak melalui asosiasinya (Idea) sebagaimana telah terjalin saat ini, dan membuat materi draf nota kesepahaman atau memorandum of understanding (MoU) yang akan berlaku terhadap per pelaku e – commerce, dalam peredaran produk palsu atau illegal di platfrom e – commerce saat ini sanggat sulit di hindari dengan adanya kerjasama dan deklarasi diharapkan mampu menekan dan berkurangnya peredaran produk barang – barang palsu pada merek terkenal.
3. Selain melalui jalur daring (dalam jaringan) yang telah terhubung melalui jaringan computer, internet, dan sebagainya, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) terus melakukan pengawasan pada pusat – pusat perbelanjaan seperti mal – mal melalui program sertifikasi, data sertifikasi diberikan kepada mal yang tidak menjual produk palsu dari data yang ada pada saat ini sampai

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

tahun 2022 ada 87 mal dapat di berikan sertifikasi, pada tahun 2024 jumlahnya meningkat sampai ratusan.

4. Penanganan peredaran barang palsu melalui medsos (media sosial) sudah menjadi perhatian pada tahun 2021 telah di bentuk satuan tugas (satgas) yang terdiri dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), Bea Cukai dan lainnya. Tugasnya antara lain menangani konten media sosial (medsos) yang terkait dengan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual seperti pemalsuan merek terkenal.
5. Pemberian Edukasi kepada pihak terkait yang juga melibatkan para pihak platform e-commerce juga ada tindakan tentang pelaporan terhadap satu ataupun dua para pelaku yang melakukan perdagangan barang – barang palsu dan sudah di undang untuk klarifkasi ataupun menjelaskan tentang seperti apa perjanjian anatara pelaku denggan penyedia platfrom e-commerce dari beberapa pengaduan yang masuk dalam pelaporan kemudian di proses dan konten terkait diturunkan (take down) oleh Komenkominfo.
6. Tahap penanganan dalam peredaran barang palsu selanjutnya adalah di adakannya program Guru Kekayaan Intelektual (RUKI) yang merupakan sosialisasi dan Edukasi yang di lakukan unit Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) kepada anak – anak usia sekolah untuk memberi pemahaman tentang Hak Kekayaan Intelektual dalam rangka mengajak generasi muda dapat mengubah cara pandang dalam mencari produk secara alternatif dengan tidak melanggar merek dengan itulah generasi muda sebagai awal perubahan untuk tetap waspada terhadap peredaran barang palsu yang akan berdampak merugikan bagi konsumen dan pemilik hak pada merek itu sendiri (hak eksklusif suatu merek) dan secara lebih besar lagi kerugian negara mulai dari permasalahan pajak yang masuk ke negara Indonesia.
7. Dengan terbentuknya Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) salah satu mitra strategis Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dalam Bersama – sama menyatakan anti pemalsuan atau pembajakan melalui beragam bentuk kegiatan salah satunya Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) sosial media Competition 2024 dengan tema “Bangga dan Cinta Merek Indonesia” .
8. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Bersama Kementrian Hukum Dan HAM (Kemenkumham) Bersama Kantor Wilayah (Kanwil) Kemenkumham Bali melakukan pemusnahan beragam barang bukti perkara merek dagang terkenal dengan merek Louis Vuitton palsu yang sudah diputus pengadilan dan berkekuatan hukum tetap, pemusnahan barang – barang palsu tersebut dilakukan setelah penindakan dan proses hukumnya selesai.
9. Untuk menekan pelanggaran Kekayaan Intelektual (KI) di Indonesia, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) terus mengedukasi masyarakat agar peduli pentingnya menghargai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dari karya cipta orang lain dengan tidak membeli dan menjual produk palsu maupun bajakan.
10. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) terus meningkatkan kemampuan dan melakukan koordinasi dengan seluruh Penyidik Pegawai Negeri Sipil Kekayaan Intelektual (PPNS KI) yang tersebar di 33 Kanwil Kemenkumham di Indonesia sebagai langkah untuk menindak dengan cepat setiap aduan pelanggaran kekayaan Intelektual, di harapkan Masyarakat bisa lebih cerdas

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

dalam membeli barang – barang merek terkenal, sekaligus pelaku usaha diharapkan untuk tidak menggunakan merek – merek yang sudah terkenal untuk mengelabui masyarakat Indonesia ataupun pihak konsumen.

Peran Dan Tanggung Jawab Platform E – Commerce Dalam Melindungi Merek Terkenal Atas Barang Palsu Di Indonesia

Beberapa Analisis peran platform e - commerce sebagai fasilitator perdagangan dalam menyelesaikan dan menekan peredaran barang - barang palsu yang ada di platfrom e - commerce di jelaskan bahwa tanggung jawab mereka dalam mencegah dan menindak barang – barang palsu adalah sebagai berikut :

a. Verifikasi penjual.
b. Mekanisme pelaporan barang palsu.
c. Penghapusan produk palsu dari platform.

Beberapa platform e – commerce seperti Tokopedia lebih bersifat user generated content, pengguna dapat secara mandiri meng – upload (mengunggah) barang dengan harapan tidak adanya batasan dalam memulai bisnis tapi di sisi lain kita ikuti berbagai upaya untuk menjaga agar beberapa platform – platform e – commerce ini sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku di Indonesia, namun dengan sistem seperti ini banyak disalahgunakan untuk menjual produk – produk palsu atau bajakan. Untuk mencegah penyalahgunaan tersebut, platform e – commerce khususnya Tokopedia melakukan Tindakan pencegahan dengan membentuk tim risiko dan keamanan khusus yang secara rutin memantau sistem dari penjualan yang telah menyalahi aturan perundang – undangan yang berlaku.

Selain itu juga membuka kesempatan bagi para pemilik merek untuk mendaftarkan informasi Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) produk yang dijualnya pada portal yang telah di sediakan Tokopedia sehingga Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) produk tersebut dapat terlindungi, juga menghimbau pengguna Tokopedia untuk ikut berkontribusi dalam mencegah perdagangan barang palsu atau bajakan dengan melaporkan setiap penemuan produk yang menyalahi ketentuan melaui fiktur “laporkan produk” yang tersedia pada aplikasi Tokopedia dengan itu pengguna jasa dari platform e – commerce bisa berkontribusi menjaga Platform e – commerce sesuai dengan kaidah dan peraturan yang berlaku di Negara Indonesia.

Kantor Perwakilan Perdagangan Amerika Serikat (USTR) merilis daftar Platfrom e – commerce dan lokasi jual beli barang palsu serta barang – barang yang terlibat atau memfasilitasi pemalsuan merek dagang atau pembajakan Hak Cipta secara substansial, dalam laporan yang disebutkan “ The Notorious Markets List “, sebanyak 39 pasar online dan 33 pasar fisik dilaporkan terlibat. Sebelumnya e – commerce asal Negara Indonesia yaitu Tokopedia turut masuk dalam data list tersebut, hal ini merupakan kemajuan dari perusahaan tersebut serta kerja sama dengan mengawasi peredaran barang palsu melalui transaksi secara online”. Berdasarkan data di microsite Tokopedia sepanjang 2023 Tokopedia telah menghapus 80 juta lebih produk yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan atau yang berasal dari took yang melanggar syarat dan ketentuan Platfrom e – commerce, dan Tokopedia telah memoderasi 43 ribu lebih penjual atau 1,7 kali lebih banyak dibanding semester II-2022.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) telah melakukan beberapa cara mulai dari pencegahan, peningkatan hingga penahanan tentang pelanggaran Kekayaan

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

Intelektual (KI), Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) juga rutin menanggapi pengaduan masyarakat bersama dengan satgas Kekayaan Intelektual (KI).

Pihak pemilik merek dapat mengajukan laporan tentang pelanggaran merek apabila menemukan adanya konten penawaran produk pemilik merek melalui situs / aplikasi Tokopedia yang di duga melanggar hak merek dagang terkenal. Beberapa prosedur pelaporan pelanggaran konten produk barang – barang palsu yang di jual di platfrom e – commerce salah satunya di Tokopedia yaitu sebagai berikut :

a. Apabila pihak pemilik merek ingin melaporkan produk yang menggunakan merek dagang pada judul, deskripsi,atau gambar produk, namun produk yang dijual tersebut tidak relevan dengan merek yang aslinya, maka dapat memilih kategori pelanggaran sebagai berikut :
    1. Wrong trademark association on the product name
    2. Wrong trademark association on the product description
    3. Wrong trademark association on the product image
b. apabila ingin melaporkan produk yang terindikasi palsu atau menggunakan logo merek pemilik merek asli atau yang sah tanpa izin, pada gambar produk, maka dapat memilih kategori pelanggaran berikut :
    1. Product is suspected of being counterfeit or imitation
    2. Unauthorized use of registered trademark on the product image

Beberapa yang wajib dilampirkan dalam pelaporan pelanggaran merek pada platfrom e – commerce Tokopedia dalam jual beli barang :

1. Bukti kepemilikan merek dalam bentuk sertifikat merek yang sudah terdaftar dan diterbitkan oleh Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, atau dokumen sejenisnya;
2. Dokumen yang menerangkan identitas dan/ atau jabatan; dan
3. Surat Kuasa dari pemegang / pemilik merek sesuai dengan dokumen bukti kepemilikan merek yang pemilik merek lampirkan (apa bila pelapor bukan pemilik merek yang di perdagangan di platform e – commerce tetapi sebagai penerima kuasa dari pemilik merek untuk melakukan pelaporan)
4. Bukti pendukung yang mendukung klaim anda bahwa produk yang anda laporkan melanggar merek, termasuk namun tidak terbatas pada perbandingan antara produk yang melanggar merek / palsu dengan produk yang asli / tidak melanggar merek.

Sepanjang tahun 2023, Tokopedia menerima lebih dari 5.100 laporan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), laporan tersebut di terima Tokopedia melalui portal pelaporan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang di sediakan khusus oleh marketplace tersebut untuk mencegah plagiarisme, pada tahun 2022 tingkat keberhasilan penghapusan produk yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan dilaporkan melalui portal tersebut mencapai 99 persen selain menerima aduan melalui portal pelaporan tersebut, Tokopedia juga memiliki tim perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang bertugas memantau pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di platform Tokopedia. Selain itu meningkatkan keterampilan dan kemapuan Tim Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), di mana pada tahun 2022 tim ini berhasil meningkatkan jumlah upaya proaktif penghapusan produk yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual (HKI) hingga lebih dari 10 kali lipat dibandingkan tahun 2021.

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ojournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI

KESIMPULAN

Transaksi jual-beli melalui E- Commerce saat ini dan terutama di wilayah hukum negara Indonesia telah berkembang dengan pesat. Indonesia telah memiliki landasan hukumnya mengenai Undang – Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis disamping masih adanya peraturan perundang- undangan lainnya mengatur hal yang sama. Konsumen dalam hal ini harus diberikan berbagai perlindungan khusus yang mana sangat rentan dengan berbagai kemungkinan yang akan merugikan pihak konsumen itu sendiri dari para pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan transaksi jual-beli secara online. Transaksi secara online bagi pihak para pelaku usaha maupun konsumen masing-masing harus memiliki iktikad baik dari awal.

Jika para pihak konsumen maupun para pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual - beli terdapat permasalahan maka dapat menggunakan sarana UUPK (Undang – Undang Perlindungan Konsumen) yang mana sebagai pedoman bagi konsumen terutama untuk memperjuangkan hak-haknya untuk melindungi kepentingannya. Tidak menutup kemungkinan bagi para pelaku usaha jika mendapatkan pembeli yang tidak memiliki iktikad baik dapat menyelesaikan hal melalui proses yang serupa. Pada intinya, tidak cukup sampai disini peraturan terkait perlindungan konsumen menjadi wadah maupun sarana hukum bagi pihak konsumen maupun para pelaku usaha. Masih ada beberapa perbaikan dan tambahan substansi peraturan yang perlu ditambah untuk melindungi berbagai pihak.

Penegakan hukum dan regulasi dalam pengaturan transaksi perdagangan jual – beli yang dilakukan mengunakan harus dapat lebih ditegakkan, karena dapat berdampak pada tingkat penurunan daya yang dihasilkan oleh intelektualitas manusia (Pencipta) dan berkurangnya manfaat yang dinikmati dari sudut ilmu ekonomi karya – karya yang memiliki nilai ekonomi bagi pencipta dan lebih meningkatkan kesadaran konsumen (pembeli) dalam menghargai hak eksklusif atau hak yang melekat pada intelektualitas manusia (Pencipta) itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulkadir, M. (2004). *Hukum dan penelitian hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Citrawinda, C. (2021). *Pengantar hak kekayaan intelektual dan perkembangannya*. Kompas Penerbit Buku.

Citrawinda, C. (2020). *Perlindungan merek terkenal dan konsep dilusi merek dari perspektif global*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Supramono, G. (2008). *Menyelesaikan sengketa merek menurut hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rokan, M. K. (2010). *Hukum persaingan usaha*. PT Raja Grafindo Persada.

Manalu, P. R. (2005). *Hak kekayaan intelektual pasca TRIPs*. Alumni.

Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian hukum* (Edisi Revisi). Jakarta: Prenadamedia Group.

Lindsey, T., dkk. (2011). *Hak kekayaan intelektual: Suatu pengantar*. Bandung: PT Alumni.

Pudjisaputro, E. (2020). Tinjauan atas peraturan perpajakan terkait perdagangan elektronik dan pelaksanaannya pada kasus marketplace. *Simposium Nasional Keuangan Negara.*

Rasyid, M., Laily, Y., & Handayani, S. (2017). Perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang asing dalam era perdagangan bebas di Indonesia. *Jurnal Simbur Cahaya, 24*.

YUSTISI
JURNAL HUKUM & HUKUM ISLAM
P-ISSN: 1907-5251
E-ISSN: 2620-7915
Vol. 12 No. 3 Oktober 2025
http://ejournal.ulka-bogor.ac.id/Index.php/YUSTISI

Julyanto, M., & Sulistyawan, A. Y. (2019). Pemahaman terhadap asas kepastian hukum melalui kontruksi penalaran positivisme hukum. *Jurnal Crepido, 1.*

Qurani, H. (2023). Beragam cara DJKI tangani peredaran barang palsu. Retrieved from https://hukumonline.com/berita

Souvereignty: Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional | Volume 2, Nomor 2, 2023. Retrieved from https://www.legifrance.gouv.fr

Louis Vuitton siap perangi penjualan produk palsu yang beredar di online. Retrieved from https://www.popbela.com

Perlindungan hukum terhadap hak merek dan konsumen terhadap barang tiruan di e-commerce. Retrieved from https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jhpis/issue/view/67