



## Analisis Hukum Pemalsuan Merek pada Tiktok Shop

<sup>1</sup>Benny Kenjiroh, <sup>2</sup>Dr. Hj. Asmak Ul Hosna SH. MH.

<sup>1,2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pakuan, Indonesia

e-Mail: [kenjirohbenny@gmail.com](mailto:kenjirohbenny@gmail.com)<sup>1</sup>, [asmak.hosnah@unpak.ac.id](mailto:asmak.hosnah@unpak.ac.id)<sup>2</sup>

Received 08-01-2024 | Revised 15-01-2024 | Accepted 20-01-2025

### ABSTRACT

Brand counterfeiting on e-commerce sites such as TikTok Shop is a significant legal issue. The TRIPS Agreement governs protection at a global level. The purpose of this research is to examine the legal framework and its legal consequences for actors, the original owner of the mark, and consumers. The research found law enforcement issues due to the cross-border nature of e-commerce. This research utilizes a qualitative approach and descriptive analysis. Brand owners and consumers receive better protection, while perpetrators receive civil and criminal sanctions. Recommendations include improving e-commerce, government cooperation, and consumer training.

Keywords: Brand Counterfeiting; E-commerce; Laws; Tiktok Shop

### ABSTRAK

Pemalsuan merek di situs e-commerce seperti TikTok Shop adalah masalah hukum yang signifikan. Perjanjian TRIPS mengatur perlindungan di tingkat global. Tujuan penelitian ini adalah untuk memeriksa kerangka hukum dan konsekuensi hukumnya bagi pelaku, pemilik asli merek, dan konsumen. Penelitian ini menemukan masalah penegakan hukum karena sifat lintas batas e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif. Pemilik merek dan konsumen menerima perlindungan yang lebih baik, sementara pelaku menerima sanksi perdata dan pidana. Rekomendasi termasuk meningkatkan e-commerce, kerja sama pemerintah, dan pelatihan konsumen.

**Kata Kunci:** E-commerce; Pemalsuan Merek; Tiktok Shop; Undang-undang

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



## Pendahuluan

E-commerce telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari di dunia digital yang terus berkembang di mana orang bertukar barang untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui mediadigital. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, sistem transaksi online (E-commerce)

menjadi sangat mudah bagi para pelaku bisnis untuk berinteraksi dan membuat kesepakatan melalui internet. Contohnya antara lain tokopedia, shopee, bukalapak, lazada, JD.id, dan lain-lain.

TikTok Shop adalah bagian dari aplikasi media sosial TikTok yang memungkinkan pengguna membeli dan menjual barang secara langsung. TikTok Shop menjadi favorit banyak pembeli dan penjual karena kemudahan dan popularitasnya. Namun, kemajuan ini telah menimbulkan masalah baru salah satunya adalah masalah pemalsuan merek. Pemalsuan merek di toko online, termasuk TikTok Shop, telah menjadi masalah yang semakin besar. Pemalsuan merek adalah tindakan meniru atau menyalin produk dengan merek yang sah tanpa izin dari pemilik merek. Produk palsu ini sering dijual dengan harga lebih rendah, yang dapat membahayakan pembeli dan mengganggu pasar yang adil. TikTok Shop, yang merupakan platform e-commerce yang relatif baru, dapat menghadapi tantangan signifikan terkait kepercayaan pelanggan dan kredibilitas pasar.

Ada beberapa alasan utama di balik pemalsuan merek dalam e-commerce. Pertama, siapa saja dapat menjual produk, termasuk produk palsu, karena platform e-commerce terbuka dan mudah diakses. Kedua, pemalsu sangat menguntungkan karena biaya produksi dan distribusi produk palsu rendah. Ketiga, pengawasan dan penegakan hukum yang sulit di dunia digital membuat pencegahan dan penindakan pemalsuan menjadi lebih sulit.

Jumlah transaksi yang tinggi dan kecepatan perubahan tren di Toko TikTok membuat masalah ini menjadi lebih buruk. Orang-orang yang tertarik dengan barang-barang yang viral dan populer cenderung membeli barang-barang tersebut tanpa melakukan pemeriksaan menyeluruh sebelum membeli. Selain itu, algoritma rekomendasi TikTok dapat mempromosikan barang palsu yang disamarkan sebagai barang asli, menarik pembeli. TikTok Shop menjual barang palsu yang tidak hanya merugikan pengguna yang mungkin membeli barang murah atau bahkan berbahaya, tetapi juga merusak reputasi dan integritas platform itu sendiri,

sehingga pengguna yang merasa tertipu mungkin berhenti menggunakannya. Merek asli yang menjual produk palsu juga akan kehilangan uang dan reputasi.

Semua pihak seperti pemerintah, pemilik merek, platform e-commerce, dan konsumen, harus bekerja sama untuk mengatasi masalah ini. Peningkatan pengawasan dan penegakan hukum, pendidikan konsumen tentang risiko pembelian produk palsu, dan pengembangan teknologi yang lebih canggih untuk mendeteksi dan mencegah penjualan produk palsu adalah beberapa contoh tindakan yang dapat diambil. Dalam hal ini, penulis berkonsentrasi pada kasus yang menjadi topik diskusi. Penjualan merek palsu dengan harga yang lebih murah daripada harga yang ada di pasaran.

Dengan mempertimbangkan masalah di atas, peneliti mencoba untuk membahas masalah ini dalam jurnal penelitian berjudul "Analisis Hukum Pemalsuan Merek pada Tiktok Shop". Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur hukum yang mengatur pemalsuan merek di toko online, khususnya Toko Tiktok?
2. Bagaimana konsekuensi hukum terhadap pelaku, pemilik asli merek, dan konsumen?

Tujuan penelitian ini, sejalan dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Kerangka Hukum yang Mengatur Pemalsuan Merek di Toko Online,  
Khususnya Toko TikTok.
2. Menilai Efek Hukum atas Pelaku, Pemilik Merek Asli, dan Konsumen.

## **Metode Penelitian Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif, yang menggunakan analisis terhadap hukum dan peraturan yang berlaku untuk mengevaluasi fenomena pemalsuan merek di e-commerce, khususnya di TikTok Shop.

### **Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang fenomena pemalsuan merek di TikTok Shop serta menganalisis implikasi hukumnya.

### **Bahan Hukum**

- a. Bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan;
- b. Bahan hukum sekunder adalah bahan yang menjelaskan bahan hukum primer. Ini dapat termasuk buku, penelitian, pendapat hukum, dan dokumen lain yang relevan dengan masalah yang diteliti.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Kerangka Hukum yang Mengatur Pemalsuan Merek di E-commerce, Khususnya TikTok Shop**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bertanggung jawab atas masalah pemalsuan merek di e-commerce. Dalam undang-undang ini, produksi atau perdagangan barang yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan serta penyebaran informasi yang menyesatkan dilarang. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum untuk menuntut pelaku pemalsuan merek yang melakukan tindakan yang merugikan konsumen.

Meskipun ada kerangka hukum yang kuat, pelaksanaan dan penegakan undang-undang terhadap pemalsuan merek di e-commerce masih menghadapi banyak tantangan. Sifat lintas batas e-commerce merupakan masalah utama

yang sering membuat penegakan hukum sulit. Selain itu, kerangka hukum yang ada harus terus disesuaikan karena perubahan teknologi dan praktik bisnis yang cepat.

Dengan demikian, pemalsuan merek di platform e-commerce seperti TikTok Shop memerlukan pendekatan yang komprehensif dari segi hukum untuk memastikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Pemalsuan merek di platform e-commerce seperti TikTok Shop merupakan masalah yang serius yang membutuhkan perhatian yang serius. Peraturan nasional dan internasional yang mengatur pemalsuan merek di e-commerce berfungsi sebagai landasan penting untuk mencegah dan memerangi praktik ilegal ini.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Indonesia mengatur pemalsuan merek. Undang-undang ini melindungi pemilik merek dari pemalsuan merek dan memberikan mereka hak untuk menggugat orang atau organisasi yang terlibat dalam penyalahgunaan merek.

Selain itu, undang-undang lain, seperti Dampak hukumnya bagi pelaku, pemilik asli merek, dan konsumen

Penerapan hukum terhadap pemalsuan merek di e-commerce memiliki dampak yang signifikan bagi berbagai pihak yang terlibat, termasuk pelaku pemalsuan, pemilik asli merek, dan konsumen. Di bawah kerangka hukum Indonesia, pelaku pemalsuan dapat dihadapkan pada serangkaian sanksi hukum yang dapat ditempuh oleh pemilik merek yang dirugikan.

Pasal 83 ayat (1) UU Nomor 20 Tahun 2016 memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk menggugat individu atau entitas yang terlibat dalam penyalahgunaan merek mereka. Jika melanggar pasal ini, pelaku dapat menghadapi sanksi pidana, seperti membayar ganti rugi kepada pemilik merek atau menghapus produk dari pasar.

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Pasal 480 mengatur

tentang tindak pidana pemalsuan merek yang dapat dikenakan sanksi penjara paling lama empat tahun atau denda, dan Pasal 481 mengatur tentang penghentian sementara produksi dan penjualan barang yang diproduksi dengan pemalsuan merek. Ini menunjukkan betapa serius negara menangani pemalsuan merek yang merugikan.

Penegakan hukum dapat membantu pemilik asli merek melindungi hak-hak kekayaan intelektual mereka. Dengan menghukum orang yang melakukan pemalsuan, mereka dapat mempertahankan reputasi merek mereka, menjaga kepercayaan konsumen, dan mencegah kerugian finansial karena menjual barang palsu. Selain itu, penegakan hukum yang sukses juga dapat memberikan sinyal kuat kepada orang lain yang melakukan pemalsuan bahwa mereka harus ditindak.

Dengan menghukum orang yang melakukan pemalsuan, pemilik asli merek dapat mempertahankan reputasi merek mereka, menjaga kepercayaan konsumen, dan mencegah kerugian finansial karena menjual barang palsu. Penegakan hukum yang efektif juga dapat memberikan sinyal kuat kepada orang lain yang melakukan pemalsuan bahwa mereka harus ditindak.

Namun, penting untuk diingat bahwa penegakan hukum terhadap pemalsuan merek juga dapat memiliki efek negatif. Misalnya, konsumen mungkin harus menaikkan harga produk karena pemilik merek harus membayar lebih banyak untuk memerangi pemalsuan. Selain itu, ada situasi di mana pembeli yang tidak sadar membeli barang palsu dan kemudian menemukan bahwa mereka tidak memiliki hak legal untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian dana.

Secara keseluruhan, penerapan hukum terhadap pemalsuan merek di e-commerce memiliki dampak yang kompleks dan beragam bagi semua pihak yang terlibat. Penting bagi pemerintah, platform e-commerce, pemilik merek, dan konsumen untuk bekerja sama untuk mengembangkan strategi yang adil dan efisien untuk mengurangi risiko pemalsuan, melindungi hak-hak kekayaan intelektual, dan menjaga integritas pasar e-commerce.

## **Simpulan dan Saran Simpul**

Ada dua kesimpulan yang dapat ditarik dari diskusi tentang sistem hukum yang mengatur pemalsuan merek di toko online, terutama di platform TikTok Shop, serta konsekuensi hukumnya bagi pelaku, pemilik asli merek, dan pembeli.

- a. Kerangka hukum yang ada di negara dan di luar negeri memberikan dasar yang kuat untuk penegakan hukum terhadap pemalsuan merek di e-commerce.
- b. Semua pihak yang terlibat dalam pemalsuan merek sangat dipengaruhi oleh penerapan hukum. Sesuai dengan peraturan yang berlaku, orang yang melakukan pemalsuan dapat menghadapi hukuman perdata dan pidana. Penegakan hukum dapat membantu pemilik asli merek melindungi hak kekayaan intelektual mereka dan mempertahankan reputasi merek mereka. Sementara itu, penegakan hukum dapat memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa produk asli dan berkualitas tinggi akan tersedia di pasaran.

Namun demikian, dampak negatif lainnya termasuk kenaikan harga produk karena biaya tambahan untuk memerangi pemalsuan, dan risiko bagi pembeli yang tidak sadar membeli barang palsu tanpa hak hukum untuk mendapatkan ganti rugi atau pengembalian dana.

Secara keseluruhan, penting bagi semua pihak, termasuk pemerintah, platform e-commerce, pemilik merek, dan konsumen, untuk bekerja sama dalam mengembangkan strategi yang adil dan Efisien untuk mengurangi risiko pemalsuan, melindungi hak kekayaan intelektual, dan menjaga integritas pasar e-commerce. Strategi-strategi ini termasuk peningkatan kesadaran masyarakat, penegakan hukum yang konsisten, dan kerja sama lintas negara untuk memerangi pemalsuan merek di era digital. Saran Beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk mengatasi kesulitan

pemalsuan merek di platform e-commerce seperti TikTok Shop. Pertama, meningkatkan kolaborasi pemerintah dan platform e-commerce untuk meningkatkan penegakan hukum dan pengawasan aktivitas ilegal. Ini dapat dicapai dengan membentuk kelompok atau lembaga khusus yang menangani pemalsuan merek. Kedua, konsumen harus lebih tahu tentang risiko produk palsu dan pentingnya membeli produk dari sumber yang terpercaya. Ketiga, peningkatan kerja sama penegakan hukum internasional untuk memerangi pemalsuan merek dan e-commerce lintas batas; dan keempat, pengembangan teknologi dan alat deteksi yang lebih canggih untuk lebih mudah menemukan dan menghapus produk palsu. Terakhir, pemilik merek harus proaktif dalam melindungi merek mereka dengan mengawasi pasar secara aktif dan menghukum orang yang melakukan pemalsuan. Diharapkan bahwa dengan menerapkan rekomendasi ini, akan ada pengurangan risiko pemalsuan merek di e-commerce dan integritas pasar yang lebih baik untuk semua pihak yang terlibat.

## Referensi

- Andrian, R. (2022). SANKSI PIDANA TERHADAP PELAKU PEMALSUAN MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK. *Diploma thesis*.
- Dewan Perakilan Rakyat Republik Indonesia. (1945). *UNDANG-UNDANG DASAR INDONESIA*.
- Dharma, B. (2023). Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi (JUPEA)*.



- Fadilah, L. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM HAK CIPTA LIVE TIKTOK  
DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF. *SKRIPSI*.
- Natih, D. D. (2019). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT TRANSAKSI  
JUAL BELI BARANG BERMEREK PALSU SECARA ONLINE. *Jurnal  
Artikel*.
- Pangestu, N. P. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MEREK  
DAN KONSUMEN TERHADAP BARANG TIRUAN DI E- COMMERCE.  
*JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL (JHPIS)*.
- Rafli, C. F. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Atas Pemalsuan  
Merek Oleh Pelaku Usaha Melalui Transaksi Perdagangan Elektronik (E-  
Commerce). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Republik Indonesia. (n.d.). *Kitab Undang- undang Hukum Acara Pidana*.
- Republik Indonesia. (n.d.). *Kitab Undang- undang Hukum Pidana*.
- Riswandi, D. (2019). TRANSAKSI ON-LINE (E-COMMERCE) : PELUANG  
DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.  
*Jurnal Econetica*.
- Sulistiyawati, R. (2017). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN  
MEREK DAGANG TERKENAL ASING DI INDONESIA DITINJAU DARI  
UNDANG-UNDANG NOMOR