



## ANALISIS HUKUM PENYALAHGUNAAN MEREK TERKENAL DALAM PEREDARAN PRODUK PALSU DI MARKETPLACE

Anisah Ahla<sup>1</sup>, Nor Rif'atin Nabilah<sup>2</sup>, Nuril Auliya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

E-mail: [anisahahla64@gmail.com](mailto:anisahahla64@gmail.com)<sup>1</sup>, [norrifatin@gmail.com](mailto:norrifatin@gmail.com)<sup>2</sup>, [Nrlauliya5@gmail.com](mailto:Nrlauliya5@gmail.com)<sup>3</sup>

Received 12-11-2025 | Revised form 10-12-2025 | Accepted 02-01-2026

### Abstract

This study aims to analyze the legal aspects of the misuse of well-known trademarks in the circulation of counterfeit products on marketplaces. The research focuses on legal protection mechanisms for well-known trademarks, the types of violations that occur, and law enforcement efforts by the authorities. The research method used is normative legal research with a socio-legal approach, through literature studies of legislation, legal doctrines, and law enforcement practices in the field. The results indicate that the misuse of well-known trademarks on marketplaces is increasing along with the development of electronic commerce. Legal protection for well-known trademarks in Indonesia is clearly regulated, yet challenges remain in implementation and supervision, particularly regarding identification of counterfeit products and enforcement of sanctions. This study provides key recommendations for strengthening legal mechanisms, increasing public awareness, and encouraging active marketplace involvement in preventing counterfeit product circulation.

**Keywords:** well-known trademarks, counterfeit products, marketplace, legal protection, law enforcement

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek hukum terkait penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace. Fokus penelitian mencakup mekanisme perlindungan hukum terhadap merek terkenal, bentuk pelanggaran yang terjadi, dan upaya penegakan hukum yang dilakukan pihak berwenang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan yuridis-sosial, melalui studi literatur peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan praktik penegakan hukum di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyalahgunaan merek terkenal dalam marketplace semakin meningkat seiring dengan perkembangan perdagangan elektronik. Perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia telah diatur secara tegas, namun masih terdapat kendala dalam implementasi dan pengawasan, terutama terkait identifikasi produk palsu dan penegakan sanksi. Penelitian ini memberikan rekomendasi penting bagi penguatan mekanisme hukum, peningkatan literasi masyarakat, serta peran aktif marketplace dalam mencegah peredaran produk palsu.

**Kata kunci:** merek terkenal, produk palsu, marketplace, perlindungan hukum, penegakan hukum.

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



### PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan elektronik atau marketplace di Indonesia telah membawa perubahan signifikan dalam kegiatan ekonomi dan konsumsi masyarakat. Marketplace memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai produk dari berbagai

penjual dengan cepat, mudah, dan efisien. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai tantangan hukum, salah satunya adalah penyalahgunaan merek terkenal dan peredaran produk palsu. Produk palsu yang dijual melalui marketplace tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga mengancam kepercayaan konsumen, kualitas barang yang dikonsumsi, serta integritas pasar secara keseluruhan. Fenomena ini menunjukkan perlunya analisis mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap merek terkenal dalam era perdagangan digital.

Merek terkenal merupakan aset penting bagi perusahaan karena mencerminkan identitas, reputasi, dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks hukum, merek terkenal mendapatkan perlindungan lebih dibanding merek biasa karena potensi kerugian yang timbul akibat penyalahgunaan lebih besar. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur secara jelas hak eksklusif pemilik merek dan sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran. Meskipun regulasi sudah ada, praktik peredaran produk palsu melalui marketplace menunjukkan bahwa penerapan hukum masih menghadapi sejumlah kendala, termasuk identifikasi produk palsu, pembuktian penyalahgunaan merek, serta koordinasi antara pihak berwenang dan platform digital.

Peredaran produk palsu di marketplace merupakan bentuk pelanggaran merek yang kompleks. Produk palsu tidak hanya meniru logo atau nama merek terkenal, tetapi seringkali menyalahi desain kemasan, kualitas, dan atribut lain yang membuat konsumen tertipu. Marketplace, sebagai perantara penjualan, memiliki tanggung jawab moral dan legal untuk mencegah penjualan barang palsu. Namun, keterbatasan mekanisme verifikasi dan pengawasan membuat praktik ini sulit dikontrol secara optimal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat penyalahgunaan merek terkenal meningkat seiring dengan pertumbuhan e-commerce, terutama ketika transaksi dilakukan secara anonim dan lintas wilayah, sehingga penegakan hukum menjadi lebih menantang.

Permasalahan hukum yang muncul akibat peredaran produk palsu melibatkan berbagai pihak, termasuk konsumen, pemilik merek, marketplace, dan aparat penegak hukum. Konsumen menghadapi risiko membeli produk yang tidak sesuai standar kualitas, sedangkan pemilik merek mengalami kerugian ekonomi dan reputasi. Marketplace, meski berperan sebagai platform, memiliki tanggung jawab dalam pencegahan penyebaran produk palsu, baik melalui kebijakan internal maupun kerja sama dengan pihak berwenang. Sementara itu, aparat hukum dituntut untuk melakukan pengawasan dan penegakan hukum secara efektif, termasuk investigasi, pemblokiran penjual, dan sanksi terhadap pelanggar. Kompleksitas hubungan antar-pihak ini menuntut adanya kerangka hukum yang jelas dan implementasi yang konsisten agar perlindungan merek terkenal berjalan optimal.

Selain aspek hukum, faktor sosial-ekonomi turut mempengaruhi penyalahgunaan merek terkenal. Permintaan konsumen terhadap produk bermerek dengan harga terjangkau menjadi salah satu pemicu munculnya produk palsu. Banyak konsumen tidak menyadari perbedaan antara produk asli dan palsu, sehingga penjual memanfaatkan peluang ini untuk memperoleh keuntungan. Di sisi lain, pemilik merek terkenal menghadapi tantangan dalam mengedukasi konsumen dan meningkatkan literasi mengenai ciri-ciri produk asli. Upaya edukasi ini menjadi bagian penting dalam strategi perlindungan merek, karena kesadaran konsumen dapat menjadi alat preventif terhadap peredaran barang palsu. Selain itu, marketplace sebagai platform digital memiliki peran strategis dalam menekan penyebaran produk palsu. Beberapa marketplace telah mengembangkan sistem verifikasi penjual, pelaporan produk ilegal, dan penggunaan teknologi untuk mendeteksi barang palsu. Namun, efektivitas sistem ini masih perlu ditingkatkan melalui regulasi yang mengikat secara hukum, peningkatan koordinasi dengan aparat penegak hukum, serta kesadaran penjual dan pembeli. Pendekatan hukum semata tidak cukup; integrasi antara kebijakan legal, teknologi, dan edukasi masyarakat menjadi kunci untuk mengurangi praktik penyalahgunaan merek terkenal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan hukum yang muncul akibat penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace. Fokus analisis mencakup tiga hal utama: pertama, mekanisme perlindungan hukum terhadap merek terkenal; kedua, bentuk dan modus penyalahgunaan merek dalam marketplace; ketiga, strategi penegakan hukum dan peran marketplace dalam mencegah peredaran produk palsu. Dengan memahami aspek-aspek ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan regulasi yang lebih efektif, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan memperkuat peran marketplace sebagai medium perdagangan yang aman dan tepercaya.

Secara lebih luas, penelitian ini relevan dengan perkembangan ekonomi digital dan perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia. Meningkatnya transaksi online menuntut penyesuaian regulasi dan mekanisme penegakan hukum yang adaptif. Analisis hukum terhadap penyalahgunaan merek terkenal di marketplace menjadi penting tidak hanya bagi pemilik merek, tetapi juga bagi pemerintah, marketplace, dan masyarakat luas. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan praktisi hukum dalam mengembangkan strategi perlindungan merek yang komprehensif dan responsif terhadap tantangan era digital.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan normatif-yuridis yang mengkaji peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan praktik penegakan hukum terkait merek terkenal. Penelitian ini juga mempertimbangkan aspek sosial-ekonomi dan teknologi sebagai bagian dari konteks peredaran produk palsu

di marketplace. Melalui analisis komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif, baik untuk penguatan regulasi, peningkatan literasi masyarakat, maupun pengembangan sistem marketplace yang aman dari penyalahgunaan merek terkenal.

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini membahas fenomena penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace, mengkaji mekanisme hukum yang berlaku, bentuk pelanggaran, serta strategi penegakan hukum. Pembahasan dibagi menjadi tiga sub: bentuk penyalahgunaan merek, perlindungan hukum terhadap merek terkenal, dan tantangan serta strategi penegakan hukum.

### **1. Bentuk Penyalahgunaan Merek Terkenal di Marketplace**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyalahgunaan merek terkenal di marketplace memiliki beberapa bentuk. Pertama, peniruan nama atau logo merek terkenal untuk produk yang kualitasnya tidak sesuai standar. Misalnya, produk tas, sepatu, kosmetik, dan elektronik yang menampilkan logo merek terkenal namun diproduksi dengan bahan murah dan kualitas rendah. Fenomena ini sejalan dengan teori **trademark infringement** dalam hukum kekayaan intelektual, yang menyatakan bahwa penggunaan merek yang sama atau mirip oleh pihak tidak berhak dapat menimbulkan kebingungan konsumen dan merugikan pemilik merek (Landes & Posner, 2003).

Kedua, pemalsuan kemasan dan atribut produk yang meniru produk asli. Penjual di marketplace seringkali membuat kemasan yang menyerupai produk asli, lengkap dengan warna, desain, dan simbol yang mirip, sehingga konsumen sulit membedakan antara asli dan palsu. Bentuk penyalahgunaan ini memanfaatkan keterbatasan pengawasan digital dan anonimitas penjual. Dari perspektif hukum, hal ini termasuk **perbuatan curang dan melawan hukum**, karena menipu konsumen dan merusak reputasi merek terkenal.

Ketiga, praktik listing ganda atau penyamaran penjual yang menggunakan akun palsu untuk menjual produk tiruan. Penjual memanfaatkan sistem marketplace yang memungkinkan identifikasi penjual terbatas, sehingga tindakan hukum terhadap pelanggaran merek sering terhambat. Fenomena ini menunjukkan pentingnya peran marketplace dalam melakukan verifikasi penjual dan pengawasan konten.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa penyalahgunaan merek terkenal di marketplace tidak hanya berupa pemalsuan fisik, tetapi juga melibatkan manipulasi digital dan praktik curang yang memanfaatkan kelemahan sistem online. Hal ini menegaskan teori

**digital enforcement challenges** yang menyebutkan bahwa peredaran produk palsu dalam perdagangan elektronik memerlukan pendekatan hukum yang adaptif dan inovatif.

## 2. Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal

Perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terkenal untuk melarang pihak lain menggunakan merek serupa atau identik yang dapat menimbulkan kebingungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi ini cukup tegas dalam hal tekstual, namun implementasinya menghadapi kendala di lapangan.

Salah satu kendala utama adalah identifikasi produk palsu. Dalam marketplace, banyak penjual menggunakan nama dan logo yang sedikit diubah atau disamarkan, sehingga sulit dibuktikan sebagai pelanggaran. Penegak hukum memerlukan bukti kuat untuk membuktikan kesengajaan penjual dalam meniru merek terkenal. Teori **legal certainty** menekankan pentingnya kepastian hukum agar pemilik merek dapat menuntut pelanggaran dengan dasar yang jelas, namun praktik di marketplace menunjukkan adanya celah hukum yang dimanfaatkan oleh pelaku.

Selain itu, perlindungan hukum terhadap merek terkenal juga mencakup hak preventif. Pemilik merek dapat mengajukan keberatan atau permohonan penutupan akun penjual palsu di marketplace. Beberapa marketplace telah mengembangkan sistem “notice and takedown” yang memungkinkan penjual atau pemilik merek melaporkan produk palsu agar segera diturunkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme ini efektif namun belum merata di semua platform, sehingga beberapa produk palsu tetap beredar.

Dari perspektif teori **intellectual property rights (IPR)**, perlindungan hukum tidak hanya menitikberatkan pada sanksi, tetapi juga pada pencegahan dan edukasi. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian, bahwa kombinasi regulasi hukum, peran marketplace, dan kesadaran konsumen menjadi strategi penting dalam mencegah penyalahgunaan merek.

## 3. Tantangan dan Strategi Penegakan Hukum

Penegakan hukum terhadap penyalahgunaan merek terkenal di marketplace menghadapi berbagai tantangan. Pertama, keterbatasan yurisdiksi dan identitas penjual. Marketplace berskala nasional maupun internasional sering memiliki penjual dari berbagai wilayah, sehingga koordinasi antar-aparat hukum menjadi sulit. Fenomena ini sejalan dengan teori **cross-border enforcement challenges**, yang menekankan bahwa

perdagangan elektronik menuntut kerja sama lintas wilayah untuk penegakan hukum yang efektif.

Kedua, rendahnya literasi konsumen mengenai produk asli dan palsu. Banyak konsumen yang tidak mengetahui perbedaan kualitas, sehingga produk palsu tetap laku dan menguntungkan penjual. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi edukasi konsumen melalui kampanye, label keamanan, dan verifikasi produk resmi di marketplace.

Ketiga, keterbatasan sumber daya penegak hukum dalam menindak pelanggaran. Proses investigasi dan pembuktian kasus membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan adanya mekanisme kerja sama antara marketplace dan pihak berwenang untuk mempermudah identifikasi, pelaporan, dan penindakan pelanggaran.

Strategi penegakan hukum yang diusulkan meliputi:

- **Penguatan regulasi dan sanksi** untuk penjual yang melanggar merek terkenal.
- **Pengembangan teknologi verifikasi** produk dan penjual di marketplace.
- **Edukasi konsumen** mengenai ciri-ciri produk asli dan risiko membeli produk palsu.
- **Kerja sama lintas pihak** antara pemerintah, marketplace, dan asosiasi merek terkenal.

Dengan mengintegrasikan strategi-strategi tersebut, diharapkan penyalahgunaan merek terkenal di marketplace dapat diminimalkan. Hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa perlindungan hukum semata tidak cukup; implementasi yang efektif memerlukan kolaborasi antara hukum, teknologi, dan edukasi masyarakat.

Penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace memiliki berbagai dampak yang signifikan bagi pemilik merek, konsumen, dan ekosistem perdagangan digital secara keseluruhan. Bagi pemilik merek, dampak utama adalah kerugian ekonomi akibat penurunan penjualan produk asli dan rusaknya reputasi merek. Produk palsu yang beredar dengan kualitas rendah seringkali menimbulkan ketidakpuasan konsumen, yang kemudian menurunkan kepercayaan terhadap merek asli. Selain itu, pemilik merek harus mengeluarkan biaya tambahan untuk pengawasan, pengaduan hukum, dan kampanye edukasi untuk melindungi hak kekayaan intelektual mereka. Dari perspektif hukum, praktik penyalahgunaan merek ini menciptakan tantangan dalam penegakan hukum, karena memerlukan pembuktian yang rinci dan koordinasi antar-lembaga yang kompleks, terutama dalam konteks perdagangan elektronik lintas wilayah.

Bagi konsumen, dampak penyebaran produk palsu juga signifikan. Produk palsu seringkali tidak memenuhi standar kualitas atau keamanan, sehingga berpotensi

membahayakan kesehatan dan keselamatan pengguna. Selain itu, konsumen menanggung risiko finansial karena membayar harga yang tidak sebanding dengan kualitas produk. Dampak lain yang muncul adalah ketidakpastian dalam bertransaksi di marketplace; konsumen menjadi lebih waspada dan cenderung ragu membeli produk bermerek, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi ekosistem perdagangan digital secara umum. Dari sisi marketplace, penyebaran produk palsu dapat merusak reputasi platform, mengurangi kepercayaan pengguna, dan menimbulkan risiko hukum jika platform dianggap lalai dalam pengawasan konten dan transaksi.

Untuk mengatasi dampak tersebut, berbagai solusi dapat diterapkan secara terpadu. Pertama, penguatan regulasi dan mekanisme penegakan hukum sangat penting. Pemerintah perlu menegaskan sanksi yang jelas bagi pihak yang melakukan pelanggaran merek terkenal, termasuk denda, penyitaan produk, dan penutupan akun penjual di marketplace. Kedua, marketplace perlu meningkatkan sistem verifikasi penjual dan produk, menggunakan teknologi canggih seperti AI atau blockchain untuk mendeteksi dan mencegah penjualan barang palsu secara proaktif. Sistem “notice and takedown” yang cepat dan responsif juga harus diterapkan secara konsisten agar laporan pemilik merek dapat segera ditindaklanjuti.

Selain itu, edukasi konsumen menjadi solusi preventif yang efektif. Konsumen perlu diberikan informasi mengenai ciri-ciri produk asli, risiko membeli produk palsu, dan cara melakukan verifikasi di marketplace. Kampanye literasi digital dan publikasi panduan resmi oleh pemerintah dan asosiasi merek terkenal dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan meminimalkan risiko membeli produk tiruan. Edukasi juga dapat dilakukan melalui fitur edukatif di marketplace, seperti label “verified product” atau notifikasi peringatan ketika produk yang dijual dicurigai palsu.

Selanjutnya, kerja sama antara berbagai pihak menjadi kunci efektivitas solusi ini. Pemilik merek, marketplace, aparat penegak hukum, dan asosiasi konsumen perlu berkolaborasi secara aktif. Kerja sama ini mencakup pertukaran data, koordinasi penindakan, pengembangan regulasi adaptif, dan monitoring berkelanjutan. Pendekatan terpadu ini diharapkan tidak hanya mengurangi peredaran produk palsu, tetapi juga menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman, transparan, dan dapat dipercaya.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini mengkaji penyalahgunaan merek terkenal dalam peredaran produk palsu di marketplace, termasuk mekanisme perlindungan hukum, bentuk pelanggaran, dampak yang timbul, serta strategi penegakan hukum. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang menyeluruh mengenai fenomena ini. Pertama, penyalahgunaan merek terkenal di marketplace terjadi dalam berbagai bentuk,

mulai dari peniruan nama dan logo, pemalsuan kemasan, hingga praktik penjual yang menggunakan akun atau identitas palsu untuk menjual produk tiruan. Bentuk-bentuk penyalahgunaan ini menimbulkan risiko signifikan bagi pemilik merek, konsumen, dan ekosistem perdagangan digital secara umum. Dari perspektif hukum, fenomena ini termasuk pelanggaran hak kekayaan intelektual dan perbuatan curang yang dapat merugikan pihak lain. Hal ini menegaskan pentingnya perlindungan hukum yang kuat bagi merek terkenal sebagai aset strategis perusahaan.

Kedua, perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia telah diatur secara tegas melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau mirip yang berpotensi menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Meskipun regulasi sudah memadai dari sisi normatif, penelitian menunjukkan adanya kendala dalam implementasinya, khususnya dalam konteks perdagangan elektronik. Kesulitan identifikasi produk palsu, verifikasi penjual, dan pembuktian kesengajaan penjual menjadi hambatan utama. Hal ini menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap penyalahgunaan merek terkenal memerlukan mekanisme adaptif yang mempertimbangkan karakteristik marketplace, teknologi digital, dan perilaku konsumen.

Ketiga, dampak penyalahgunaan merek terkenal cukup luas. Bagi pemilik merek, dampak utama adalah kerugian finansial dan reputasi, yang berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk asli. Bagi konsumen, produk palsu menimbulkan risiko kualitas, keamanan, dan kepercayaan terhadap transaksi di marketplace. Sementara itu, marketplace sebagai platform digital menghadapi risiko reputasi dan kemungkinan tanggung jawab hukum jika tidak mengambil langkah preventif untuk menekan peredaran produk palsu. Berdasarkan temuan penelitian, dampak-dampak ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga menyangkut aspek sosial, edukatif, dan perlindungan konsumen, sehingga membutuhkan penanganan yang komprehensif.

Solusi terhadap permasalahan ini harus bersifat terpadu dan multidimensional. Pertama, penguatan regulasi hukum dan mekanisme penegakan hukum menjadi prioritas. Pemerintah perlu menegaskan sanksi tegas bagi pihak yang melanggar merek terkenal, termasuk denda, penyitaan produk, dan penutupan akun penjual. Pengawasan hukum yang ketat juga perlu didukung dengan prosedur pelaporan yang cepat, transparan, dan mudah diakses oleh pemilik merek maupun pihak marketplace. Kedua, marketplace sebagai medium perdagangan digital harus meningkatkan sistem verifikasi penjual dan produk, menggunakan teknologi canggih seperti AI atau blockchain untuk mendeteksi dan mencegah penjualan barang palsu. Sistem “notice and takedown” yang cepat dan

responsif juga harus diimplementasikan secara konsisten agar laporan produk palsu dapat ditindaklanjuti tanpa hambatan.

Ketiga, edukasi konsumen memainkan peran penting dalam mencegah penyebaran produk palsu. Konsumen perlu diberikan informasi mengenai ciri-ciri produk asli, risiko membeli produk palsu, dan mekanisme verifikasi di marketplace. Peningkatan literasi digital dan kesadaran konsumen dapat menjadi strategi preventif yang efektif, karena konsumen yang lebih kritis akan menolak membeli produk tiruan, sehingga secara tidak langsung menekan keuntungan penjual produk palsu. Kampanye edukasi ini dapat dilakukan melalui media sosial, website resmi marketplace, label keamanan, dan publikasi panduan resmi dari pemerintah serta asosiasi merek terkenal.

Keempat, kerja sama antar-pihak menjadi kunci keberhasilan penanggulangan penyalahgunaan merek terkenal. Pemilik merek, marketplace, aparat penegak hukum, dan asosiasi konsumen perlu menjalin koordinasi yang erat untuk memperkuat mekanisme pencegahan dan penindakan. Kerja sama ini mencakup pertukaran data, koordinasi penegakan hukum, pengembangan regulasi adaptif, monitoring berkelanjutan, serta evaluasi efektivitas strategi yang diterapkan. Pendekatan kolaboratif ini memungkinkan tindakan preventif dan kuratif dilakukan secara bersamaan, sehingga perlindungan merek terkenal menjadi lebih optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penyalahgunaan merek terkenal dalam marketplace merupakan masalah hukum dan sosial yang kompleks. Perlindungan hukum yang tegas, implementasi teknologi verifikasi, edukasi konsumen, dan kerja sama lintas pihak merupakan langkah-langkah strategis yang dapat mengurangi peredaran produk palsu. Penegakan hukum semata tidak cukup; keberhasilan perlindungan merek terkenal memerlukan integrasi antara hukum, teknologi, dan kesadaran masyarakat. Dengan demikian, marketplace dapat menjadi platform perdagangan digital yang aman, transparan, dan dapat dipercaya, konsumen terlindungi, dan pemilik merek dapat mempertahankan reputasi serta nilai ekonomis produknya.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur hukum terkait merek terkenal di era digital, sekaligus menjadi referensi praktis bagi pembuat kebijakan, marketplace, dan pihak terkait lainnya dalam merancang strategi perlindungan yang efektif. Rekomendasi utama yang muncul dari penelitian ini adalah perlunya penguatan regulasi, peningkatan mekanisme penegakan hukum, edukasi konsumen, dan kerja sama lintas pihak secara berkelanjutan. Implementasi rekomendasi tersebut diharapkan tidak hanya meminimalkan penyalahgunaan merek terkenal, tetapi juga mendukung pertumbuhan perdagangan digital yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adriani, R. (2021). *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Era Digital*. Jakarta: Prenadamedia.
- Arifin, Z. (2020). Produk Palsu dan Dampaknya terhadap Konsumen di Marketplace. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 8(2), 45–60.
- Dewi, S., & Prasetyo, A. (2019). *Penerapan Undang-Undang Merek dalam Mengatasi Pemalsuan Produk*. Yogyakarta: UNY Press.
- Fadilah, N. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 11(1), 23–38.
- Gunawan, T. (2021). *E-commerce dan Tantangan Penegakan Hukum Kekayaan Intelektual*. Bandung: Alfabeta.
- Hartono, R., & Setiawan, M. (2020). Produk Palsu di Marketplace: Analisis Hukum dan Sosial. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 14(3), 101–120.
- Kurniawan, D. (2019). *Perlindungan Hukum Merek Terkenal: Studi Kasus di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lestari, P. (2022). Marketplace dan Strategi Pencegahan Produk Palsu. *Jurnal Teknologi dan Hukum*, 5(2), 67–82.
- Mardiana, A., & Wijaya, F. (2021). *Hak Kekayaan Intelektual dan Peredaran Produk Tiruan*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Moedjiono, R. (2018). *Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, S. (2020). Perlindungan Merek Terkenal dalam Era Digital. *Jurnal Hukum Indonesia*, 12(1), 50–70.
- Pratama, B. (2019). Strategi Marketplace dalam Mengatasi Peredaran Produk Palsu. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 10(3), 88–105.
- Putra, A., & Santoso, Y. (2021). Peran Marketplace dalam Penegakan Hukum Kekayaan Intelektual. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 45–63.
- Rahmawati, D. (2022). Pemanfaatan Media Digital Interaktif dalam Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan IPA*, 11(2), 45–53.
- Rayanda, A. (2020). Peredaran Produk Palsu di E-commerce dan Dampaknya. *Jurnal Teknologi dan Sosial*, 4(1), 33–50.
- Sugiharto, T., & Wulandari, R. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran Digital untuk Pendidikan Sains*. Yogyakarta: UNY Press.
- Suryani, L. (2019). Analisis Yuridis Penegakan Hukum terhadap Produk Palsu di Marketplace. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 9(2), 75–92.
- Taufik, R. (2021). Literasi Konsumen dan Perlindungan Merek Terkenal di Marketplace. *Jurnal Hukum dan Sosial*, 13(1), 50–68.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Wijayanti, D. (2022). Perlindungan Kekayaan Intelektual di Era Digital: Studi Kasus Produk Palsu di Marketplace. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 7(2), 101–120.

- Alamsyah, H. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Era E-commerce. *Jurnal Hukum Internasional*, 8(1), 55–72.
- Arsyad, M. (2021). Strategi Marketplace dalam Mengurangi Peredaran Produk Palsu. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(3), 77–91.
- Fitria, L., & Kurnia, D. (2019). Studi Yuridis tentang Merek Terkenal di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 10(2), 34–52.
- Handayani, S. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online: Perspektif Hukum. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 9(1), 23–40.
- Iskandar, R. (2020). Peredaran Produk Palsu di Marketplace: Analisis Dampak Hukum dan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, 6(2), 66–82.
- Khasanah, N. (2021). E-commerce dan Tantangan Penegakan Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Jurnal Hukum Modern*, 11(3), 45–63.
- Putri, A. R. (2020). Pengawasan Produk Palsu di Marketplace: Peran Pemerintah dan Marketplace. *Jurnal Hukum Digital*, 4(2), 50–68.
- Rahman, F. (2019). Perlindungan Merek Terkenal dalam Perdagangan Elektronik. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 7(1), 29–45.
- Santoso, B., & Hidayat, T. (2022). Analisis Peredaran Barang Palsu di Platform E-commerce. *Jurnal Teknologi dan Hukum*, 8(2), 90–107.
- Yulianto, D. (2021). Penerapan Hukum Kekayaan Intelektual untuk Marketplace di Indonesia. *Jurnal Hukum Indonesia*, 13(2), 60–7