



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM
JUAL BELI PRODUK DENGAN MEREK
TIRUAN**



NELLI FITRIANI
NIM. 1221010

2025

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM JUAL BELI
PRODUK DENGAN MEREK TIRUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

NELLI FITRIANI

NIM. 1221010

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM JUAL BELI
PRODUK DENGAN MEREK TIRUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

NELLI FITRIANI

NIM. 1221010

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NELLI FITRIANI

NIM : 1221010

Judul Skripsi : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN *E-COMMERCE* DALAM JUAL BELI PRODUK DENGAN MEREK TIRUAN

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari skripsi ini ternyata plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademik yaitu dicabut gelarnya.

Demikian persyaratan ini telah dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Mei 2025

Yang Menyatakan,



NELLI FITRIANI
NIM.1221010

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A.

Jl. H. Nawawi Rt. 04 RW. 01 Desa Karang Jompo, Kecamatan Tirto, Kabupaten
Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nelli Fitriani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah

c.q. Ketua Jurusan Hukum Ekonomi

Syariah di PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, wr. wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Nelli Fitriani

NIM : 1221010

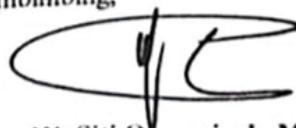
Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Dalam
Jual Beli Produk Dengan Merek Tiruan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekalongan, 27 Mei 2025

Pembimbing,



Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A.
NIP. 196707081992032011



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH

Alamat: Kampus 2 Jl. Pahlawan Km 5, Rowolaku, Kajen, Kab. Pekalongan, Telp. 082329346517
Website: tasya.uin-suka.ac.id/ Email: tasya@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, mengesahkan Skripsi atas nama :

Nama : Nelli Fitriani
NIM : 1221010
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *E-Commerce* Dalam Jual Beli Produk Dengan Merek Tiruan

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 12 Juni dan dinyatakan LULUS, serta telah disesuaikan dengan masukan dan saran dari penguji.

Pengesahan ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing

Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A.
NIP.196707081992032011

Dewan Penguji

Penguji I

Agung Barok Pratama, S.Sy., M.H.
NIP. 198903172019031009

Penguji II

Hairus Suleh, M.A.
NIP. 198805152022031001

Pekalongan, 30 Juni 2025

Disahkan Oleh

Dekan



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 12 Januari Nomor : 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ĥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ş	es(dengan titik di

			bawah)
ض	Dad	Ḍ	de(dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te(dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet(dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	أ ي = ī

أ= u	أو= au	أو= ū
------	--------	-------

C. Ta Marbutah

1. Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

الفطرزكاة ditulis *Zakatal-Fitri*

2. Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فامطة ditulis *fātimah*

D. Syadad

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syadad tersebut.

Contoh:

رنبًا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

E. Kata Sandang

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya. Yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qomar*

البدیع ditulis *al-badi*

للاجلال ditulis *al-jalāl*

F. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, Jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof'/.

Contoh:

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas nikmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi penulis untuk meraih impian besar. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta hidayah yang sangat luar biasa kepada penulis untuk menyelesaikan Pendidikan S1 sampai saat ini.
2. Ibu Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, kesabaran hati dan pikirannya untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Kartumi dan Bapak Siswono selaku orang tua yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan moril dan materil serta doa dan semangat. Semoga Allah SWT melimpahkan kasih sayang, memberikan kesehatan, panjang umur dan kebahagiaan kepada kedua orang tua penulis.
4. Keluarga besar penulis, kakak, adik serta keponakan yang selalu menghibur selama proses penulisan skripsi ini.
5. Orang spesial penulis Muhammad Muslimin, S.E. yang telah menjadi bagian penting dalam proses perjalanan penulis baik tenaga, waktu, materi, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta memberi semangat penulis saat penyusunan skripsi ini.
6. Teruntuk teman perkuliahan penulis Rimala Diva Patria, Novi Diana Putri, Intan Zanuba Frida Zahra, dan Rizka Ayu Wulandari yang menemani penulis dari awal sampai akhir perkuliahan yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi dan membantu memberikan ide-ide dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman seperjuangan penulis Fitri Adilla Zaqiyya dan Vivi Faizah yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat

yang luar biasa. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian.

8. Shabira Apriliani, Aprilia Wulandari, Ulia Sari, Najwa Azkia Rahma, Liza Rifdatus Salma, Nani Sukma Wati, Devi Purnama Sari yang selalu menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.



MOTTO

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum,
sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar -Rad 11)



ABSTRAK

Nelli Fitriani, 2025. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *E-Commerce* Dalam Jual Beli Produk Dengan Merek Tiruan, Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A.

Jual beli online kini menjadi kebiasaan masyarakat berkat pesatnya perkembangan teknologi, terutama melalui aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop x Tokopedia, dan Lazada. Namun, maraknya aktivitas ini menimbulkan persoalan hukum, terutama terkait perlindungan konsumen dalam pelanggaran merek oleh pelaku usaha, dalam bentuk penjualan produk palsu dengan merek tiruan yang tidak memberikan informasi yang benar sesuai dengan kondisi barang, demi meningkatkan *engagement*. Penelitian ini menyoroti pelanggaran hak konsumen sesuai Pasal 4 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi perlindungan hukum yang tersedia serta akibat hukumnya terhadap konsumen.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian empiris dengan pendekatan kualitatif, perundang-undangan. Sumber data mencakup data primer diperoleh dari observasi lapangan terhadap beberapa konsumen. Data sekunder berupa literatur, jurnal, skripsi, dan hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa penggunaan merek tiruan mencakup berbagai bentuk, yaitu pemakaian nama dan gember merek terkenal, menggunakan merek terkenal atau kata *official* dan *original* dalam kata kunci pencarian dan deskripsi, penjualan barang tiruan, dan mengganti label asli dengan merek sendiri. Pelanggaran berbagai bentuk ini memberikan dampak negatif terhadap konsumen. Menurut hasil penemuan penulis perlindungan hukum terhadap konsumen tidak sepenuhnya terpenuhi karena kendala jarak dan lamanya prosedur penyelesaian. Bentuk perlindungan terhadap konsumen pada *e-commerce* yang penulis temukan, yaitu pengembalian barang, pengembalian dana, serta penghapusan produk. Sebagai akibat dari pelanggaran ini konsumen memperoleh akibat hukum positif berupa perlindungan.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Penggunaan Merek, Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

Nelli Fitriani, 2025. Legal Protection for E-Commerce Consumers in the Sale and Purchase of Products with Imitation Brands, Undergraduate Thesis, Sharia Economic Law Study Program, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisor: Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A.

Online buying and selling has become a common habit in society due to the rapid advancement of technology, particularly through e-commerce platforms such as Shopee, TikTok Shop x Tokopedia, and Lazada. However, the increasing prevalence of this activity has given rise to legal issues, especially concerning consumer protection in cases of trademark infringement by business actors, in the form of selling counterfeit products with imitation brands that fail to provide accurate information about the condition of the goods, all in an effort to increase engagement. This study highlights violations of consumer rights as stipulated in Article 4 paragraph (3) of the Consumer Protection Law. The aim of the research is to identify the available legal protections and the legal consequences for consumers.

This research is an empirical study using a qualitative and statutory approach. The data sources include primary data obtained through field observations of several consumers, and secondary data in the form of literature, journals, theses, and previous research findings.

Based on the research findings, unauthorized use of trademarks includes various forms, such as the use of well-known brand names and logos, the use of famous trademarks or the terms “official” and “original” in search keywords and product descriptions, the sale of counterfeit or imitation goods, and the replacement of original labels with the seller’s own brand. These forms of violation have negative impacts on consumers. According to the author's findings, legal protection for consumers is not fully realized due to obstacles such as distance and lengthy resolution procedures. The forms of consumer protection found in e-commerce include product returns, refunds, and product takedowns. As a result of these violations, consumers receive a positive legal consequence in the form of protection.

Keywords: E-Commerce, Brand Usage, Consumer Protection.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat Nya, skripsi ini telah selesai. Shalawat serta salam senantiasa kami limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, serta para pengikutnya sampai akhir zaman

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan;
2. Bapak Prof. Dr. Maghfur, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staffnya;
3. Bapak Khafid Abadi, M.H.I., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan;
4. Bapak Abdul Hamid, M.A., selaku dosen wali studi yang telah memberikan nasihat, saran dan motivasi
5. Ibu Dr. Hj. Siti Qomariyah, M.A., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah;
7. Kepada *E-Commerce* Shopee, TikTok Shop x Tokopedia dan Lazada
8. Keluarga tercinta, terutama Kartumi (Ibu), Siswono (Ayah) yang senantiasa memberikan do'a kepercayaan serta ridho dalam setiap aktivitas serta mendengar keluh kesah penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan

9. Sahabat-sahabat seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, Mei 2025

Penulis,



NELLI FITRIANI

NIM. 1221010



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Kerangka Teoritik	5
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
G. Metode Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DAN KETENTUAN PENGUNAAN HAK MEREK	15
A. Konsep Perlindungan Hukum Konsumen.....	15

B. Pengertian Dan Fungsi Merek.....	29
C. Penggunaan Merek Tanpa Izin.....	33

BAB III GAMBARAN UMUM

BENTUK PEMALSUAN PRODUK DENGAN PENGUNAAN MEREK TIRUAN DI <i>E-COMMERCE</i> PADA APLIKASI SHOPEE, TIKTOK SHOP x TOKOPEDIA DAN LAZADA	38
A. Profil E-Commerce	38
B. Praktik Jual Beli Pada Aplikasi E-Commerce Secara Umum.....	43
C. Bentuk-Bentuk Penggunaan Merek Tiruan Di E- Commerce	45

BAB IV PEMBAHASAN ANALISIS PERLINDUNGAN DAN AKIBAT HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI MELALUI SHOPEE, TIKTOK SHOP x TOKOPEDIA DAN LAZADA	62
--	-----------

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Produk Dengan Penggunaan Merek Tiruan Melalui E-Commerce	63
B. Akibat Hukum Dalam Praktik Jual Beli Melalui E- Commerce	65

BAB V PENUTUP.....	79
---------------------------	-----------

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Bentuk pelanggaran dan potensi kerugian yang dihadapi konsumen	67
Tabel 4. 2 Perlindungan konsumen pada E-Commerce Shopee, TikTok Shop x Tokopedia dan Lazada	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Profil aplikasi Shopee	48
Gambar 3.3 Profil Tik Tok Shop x Tokopedia	50
Gambar 3.4 Profil aplikasi Lazada.....	52
Gambar 3.5 Pemakaian nama dan merek terkenal produk deodorant spray	57
Gambar 3.6 Gambar original produk deodorant spray dengan merek terdaftar	58
Gambar 3.7 Profil Toko Shiny Skin Nature.....	59
Gambar 3.8 Pencarian Produk <i>Body Lotion</i> Di <i>E-Commerece</i> Shopee	60
Gambar 3.9 Contoh Penggunaan Merek Dengan Kata Deskripsi Official	61
Gambar 3.10 Pencarian Salah Satu Produk Skincare di <i>E-Commerce</i> Lazada	63
Gambar 3.11 Kolom Komentar Akun <i>Official Skincare</i>	64
Gambar 3.12 Kolom Komentar Akun <i>Official Skincare</i>	64
Gambar 3.13 Tik Tok Video <i>Username @Tukang</i> review Sunscreen	67
Gambar 3.14 Tik Tok Video <i>Username @Tukang</i> review Sunscreen	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang ini, jual beli online telah menjadi rutinitas sehari-hari karena adanya teknologi yang berkembang sangat pesat, hal yang biasa disebut dengan aplikasi *e-commerce* atau jual beli online ini sangat diminati oleh kalangan masyarakat karena mudah dilakukan, *e-commerce* diartikan sebagai transaksi produk, jasa serta informasi antar usaha melalui internet. Kemajuan teknologi ini membawa paradigma baru didunia usaha terutama jual beli.¹

Jual beli melalui aplikasi diminati oleh banyak pelaku usaha karena selain tidak memerlukan tempat serta waktunya yang tidak terbatas, jual beli *online* juga tidak membutuhkan dana yang besar, hanya alat elektronik serta koneksi internet. Dengan maraknya jual beli online tidak terlepas dari kesenjangan regulasi dan fakta empirisnya, karena sistem jual beli *online* banyak diminati oleh pelaku usaha di aplikasi *e-commerce*, untuk memperoleh *engagement* yang tinggi, para pelaku usaha seringkali mengelabui konsumen dengan menggunakan nama merek dan gambar produk terkenal produk lain tanpa izin. Dalam hal ini perlindungan hukum berperan vital terhadap konsumen dengan tujuan melindungi mereka dari produk palsu maupun ilegal, penggunaan merek tiruan. Pelanggaran terhadap hak merek dengan motivasi untuk mendapatkan keuntungan secara mudah dengan meniru, atau memalsukan merek yang sudah terkenal di masyarakat².

Merek mempunyai peranan dalam produk untuk

¹ Abdul Halim Barkatullah, "*Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*", Cet. Ke-2 Jilid I (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2019), 4-5.

² Ely dan Nur, "Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial", *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum*, Vol. 4, No. 2 (2021), 672-685.

memperkenalkan produk yang berfungsi sebagai daya pembeda dan daya tarik kriteria kelas barang yang diproduksi, terutama bagi konsumen sebagai persepsi kualitas dari pembelian produk yang memiliki merek terkenal, karena menurut konsumen merek yang berkualitas tinggi di produk tersebut lebih memiliki reputasi kualitas yang lebih tinggi juga. Konsumen dalam fakta empirisnya mengalami banyak kerugian dan resiko jika produk palsu pada *e-commerce* tersebut menggunakan merek tiruan atau tanpa izin dari pemegang merek asli, terutama risiko kesehatan dan keselamatan pada jual beli produk kosmetik ataupun obat-obatan. Salah satu contohnya adalah pada akhir-akhir ini marak terjadi pemalsuan produk *skincare* dari merek-merek ternama. Hal ini sangat merugikan konsumen, karena *skincare* palsu yang beredar di *e-commerce* diduga berpotensi menimbulkan gangguan kesehatan pada kulit. Jika produk yang diperjual belikan merupakan barang palsu/tiruan dari merek terkenal kosmetik tersebut. Dalam hal ini, mengakibatkan konsumen tidak memperoleh haknya untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, sebagai mana diatur dalam pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 Tahun 1999.³

Di samping potensi dampak terhadap kesehatan yang ditimbulkan oleh produk palsu seperti kosmetik dan obat-obatan, penyalahgunaan merek di platform *e-commerce* juga membawa berbagai risiko lain bagi konsumen. Ketidaksihonestan antara klaim keaslian dan kondisi produk nyata dapat menyebabkan kerugian finansial. Di sisi lain, hak konsumen untuk menuntut kerugian pun seringkali terhambat, karena penjual yang tidak bertanggung jawab sulit dijangkau akibat jarak geografis maupun identitas yang tidak transparan. Hal ini memperlihatkan bahwa risiko konsumen dalam pemalsuan

³ Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 Tahun 1999.

produk dengan merek tiruan sangat kompleks dan bervariasi.⁴

Faktanya banyak pelaku usaha dalam jaringan (daring) yang beroperasi melalui platform *e-commerce* dengan tingkat preferensi tinggi di kalangan konsumen secara global, seperti Shopee, TikTok Shop x Tokopedia, dan Lazada, justru memberikan dampak negatif terhadap efektivitas pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen, bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sesuai dalam pasal 4 ayat 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Permasalahan ini timbul akibat adanya tindakan yang disengaja dari pelaku usaha atau pemilik barang dalam menggunakan merek dagang yang identik sama dengan pihak lain. Kurangnya kesadaran ini turut menjadi penyebab tidak optimalnya perlindungan hukum bagi konsumen. Dalam konteks ini, risiko terjadinya penipuan terhadap konsumen di platform *e-commerce*, khususnya terkait peredaran produk palsu atau tiruan, semakin meningkat dan menjadi hal yang umum terjadi. Atas dasar ketentuan aturan serta undang-undang yang ada, suatu merek produk dengan merek ternama atau terkenal menjadi andalalan para pengusaha dan cara dalam memenangkan persaingan yang ketat.⁵ Karena hak eksklusif menjadikan setiap orang tidak bisa sembarang menggunakan hak tersebut. Apabila tindakan tersebut terjadi, maka hal itu dapat menimbulkan kerugian yang signifikan bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang serta fakta yang bertentangan

⁴ Agus Sutedjo, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee". *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen Tri Bisnis*, Vol 3, No. 2 (2021), 10-11.

⁵ Ida Rofidah "Penyalahgunaan Perjanjian Lisensi Merek Dalam Praktek Bisnis Hak Atas Kekayaan Intelektual". *Jurnal Cita Hukum*. Vol. 2, No. 2 (2015), 1-4.

dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 4 Nomor 8 Tahun 1999 maka penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian tentang perlindungan konsumen dalam pemalsuan produk dengan merek tiruan pada jual beli *e-commerce* dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *E-Commerce* Dalam Jual Beli Produk Dengan Merek Tiruan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli produk dengan merek tiruan melalui *e-commerce*?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap konsumen dalam jual beli produk dengan merek tiruan melalui *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli produk dengan merek tiruan melalui *e-commerce*.
2. Untuk menganalisis akibat hukum terhadap konsumen dalam jual beli produk dengan merek tiruan melalui *e-commerce*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berperan serta dalam memberikan pemikiran ilmu pengetahuan berkelanjutan bagi peneliti dan sebagai bahan tambahan pustaka bagi yang membutuhkan. Terutama dalam pengetahuan perlindungan hukum konsumen yang berkaitan dengan peredaran barang tiruan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi dalam pemikiran bidang hukum positif maupun Hukum Ekonomi Syariah.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghadirkan wawasan terhadap pembaca. Serta menjadi rujukan kepada

penelitian selanjutnya khususnya terkait hukum perlindungan konsumen dan hak kekayaan intelektual khususnya hak merek.

E. Kerangka Teoritik

1. Teori Perlindungan Hukum

Di Indonesia, undang-undang merupakan cara pengaturan hukum yang utama, pembaruan masyarakat dengan jalan hukum berarti pembaruan hukum terutama melalui perundang-undangan. Perundang-undangan di Indonesia pada umumnya menjamin ketertiban, keadilan dan kepastian hukum serta perlindungan hukum didalam masyarakat.⁶

Philipus M. Hadjon mengatakan, perlindungan hukum adalah usaha melindungi harkat, martabat, dan hak-hak asasi subjek hukum dari tindakan sewenang-wenang, menggunakan perangkat aturan hukum yang memandu tindakan negara atau pihak lain.⁷

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum terbagi ke dalam dua bentuk utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dengan memberikan kesempatan kepada subjek hukum, termasuk konsumen, untuk menyampaikan keberatan, pendapat, atau masukan sebelum suatu keputusan hukum final ditetapkan. Pendekatan ini mendorong pihak yang berwenang, seperti negara atau pelaku usaha, agar bertindak lebih hati-hati dan tidak menyalahgunakan kewenangan yang dimilikinya. Sementara itu, perlindungan hukum represif diterapkan ketika

⁶ Widya Marthauli Handayani, “Keberlakuan Hukum Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 16, No. 2 (2019), 214–224.

⁷ Muhammad Yuris Azmi, “Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Dan Undang-Undang Tentang Jaminan Fidusia”, *Jurnal Universitas Sebelas Maret*, Vol. 4. No.1 (2016), 97–106.

sengketa telah terjadi. Dalam hal ini, konsumen yang dirugikan dapat menempuh jalur penyelesaian sengketa melalui mekanisme litigasi di pengadilan umum atau administrasi, maupun non-litigasi seperti mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. Perlindungan represif bertujuan untuk memberikan keadilan, kepastian hukum, serta memungkinkan konsumen memperoleh ganti rugi atas kerugian yang diderita. Pemikiran Philipus M. Hadjon relevan dengan penelitian ini karena memberikan kerangka perlindungan hukum yang menyeluruh, adaptif, dan berpihak pada konsumen sebagai pihak yang rentan dirugikan dalam peredaran barang palsu bermerek tiruan di *e-commerce*.⁸

2. Hak Konsumen Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Dalam pasal 4 No.8 tahun 1999 Undang-Undang perlindungan konsumen mendefinisikan perlindungan konsumen selaku semua tindakan yang bertujuan untuk menjamin kepastian hukum guna melindungi hak-hak konsumen. Adapun hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

Dalam pasal tersebut pada poin c disebutkan mengenai hak konsumen yang tidak terpenuhi pada penyalahgunaan merek. Dan tidak adanya pelaksanaan kewajiban pelaku usaha terhadap pasal 7 Undang-Undang perlindungan konsumen No.8 tahun

⁸ Setiati Widihastuti and Eny Kusdarini, "Kajian Hak Kekayaan Intelektual Karya Perajin Batik", *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 18, No .2 (2013), 145–155.

1999 pada poin B yang berbunyi “Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;” dan pada poin C yang menyebutkan ”Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;“ Keterkaitan kewajiban konsumen sangatlah jelas dalam implementasi kesenjangan pemenuhan hak konsumen sesuai undang-undang perlindungan konsumen tersebut dalam praktik penyalahgunaan merek. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁹

3. Larangan Penggunaan Merek Tiruan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis

Merek sebagai karya intelektual memiliki perlindungan hukum sehingga mendorong produsen untuk mencipta dan mengembangkan kreasi masyarakat. Dalam Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang pendaftaran dan pembuatan hak paten atas merek, jenis-jenis pelanggaran merek serta mengatur tentang ketentuan merek terkenal serta gugatan ketentuan pidana merek. Dalam UU No.20 tahun 2016 pasal 100 mengatur tentang larangan menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek terdaftar milik orang lain tanpa izin, yang dapat dianggap sebagai pelanggaran hak atas merek. Dan pasal 101 yang menyebutkan “Dilarang menyebarluaskan, menawarkan untuk dijual, atau mengedarkan barang dan/atau jasa dengan merek yang sama atau mirip dengan merek terdaftar milik orang lain.”

Penyalahgunaan hak eksklusif pemegang merek adalah perbuatan yang didasarkan atas wewenang yang sah dari seseorang, tetapi perbuatan tersebut dilakukan secara menyimpang.¹⁰ Adanya regulasi pada pasal 100 dan 101

⁹ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Indah Utami Syarifaini, “Analisis Hukum Persaingan Usaha Terhadap

Undang-Undang tentang merek dan indikasi geografis mewajibkan keadaan yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya yang bertujuan menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian oleh Bernadetta Lakshita Pradipta Utomo Universitas Padjajaran tahun 2021 yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu pada Platform *Marketplace*" yang membahas tentang perlindungan hukum bagi pemilik merek, dan mengenai akibat hukum yang timbul atas penjualan barang palsu pada platform marketplace.¹¹ Persamaan dari penelitian Pradipta utomo dengan penulis yaitu sama-sama membahas perlindungan hukum serta akibat hukum yang ditimbulkan atas penjualan barang dengan merek palsu di *e-commerce*. Perbedaannya dari penelitian penulis terletak pada objeknya, penelitian Pradipta Utomo membahas objek perlindungan hukum bagi pemilik merek dagang yang disalahgunakan, sedangkan objek penelitian penulis adalah perlindungan hukum bagi konsumennya.

Kedua, penelitian oleh Maria Hartanty Gunawan Universitas Pelita Harapan tahun 2021 dalam jurnalnya yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Nama Orang Terkenal Sebagai Merek Dagang" yang membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen dan tidak terperinci *passing off* dalam penggunaan nama orang terkenal dalam merek dagang.¹² Persamaan dari penelitian

Penyalahgunaan Hak Eksklusif Pemegang Hak". *Tesis Magister Hukum* (Makassar: Perpustakaan Unhas, 2022), 1-9.

¹¹ Bernadetta Lakshita, "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu pada Platform Marketplace", *Jurnal Wajah Hukum*, Vol. 5, No. 1 (2021), 70-71.

¹² Maria Hartanty Gunawan "Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Nama Orang Terkenal Sebagai Merek Dagang" *Jurnal Sosial dan Budaya*, Vol. 9, No.1 (2021), 5.

penulis dengan penelitian Maria adalah sama sama membahas perlindungan hukum konsumen yang bersangkutan. Perbedaannya terletak pada studi kasus penulis, penulis memilih studi kasus jual beli di *e-commerce* sedangkan Maris memilih studi kasus tentang penggunaan merek tersebut di pasar.

Ketiga, penelitian oleh Bambang H.R. Gultom, Saidin Saidin, Keizerina Devi Azwar pada tahun 2024 dalam jurnalnya yang berjudul "Perbandingan Putusan Sengketa Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Antara Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal" yang membahas tentang putusan sengketa merek yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis suatu produk atau layanan, karena daya tarik merek yang dikenal luas dapat memengaruhi minat masyarakat sebagai konsumen dalam memilih dan menggunakan barang atau jasa tersebut.¹³ Persamaan dari penelitian penulis yaitu pada pembahasan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam penggunaan merek, dengan ciri yang hampir sama dengan merek terdaftar, sementara perbedaan penelitian penulis yaitu terletak pada metode penulisan, penulis menggunakan metode penelitian yuridis empiris, sedangkan jurnal ini menggunakan metode yuridis normatif.

Keempat, penelitian oleh Handika Arviano Anas Atmaja, Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2023 dalam skripsinya berjudul "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara Online" yang membahas tentang pertanggung jawaban pemilik merek terhadap penjualan barang tiruan dan merek palsu.¹⁴

¹³ Bambang H.R. Gultom, Saidin Saidin, Keizerina Devi Azwar, " Perbandingan Putusan Sengketa Merek Yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Antara Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal " *Journal Of Science And Social Research*. Vol. 7, No.2 (2024), 13.

¹⁴ Handika Arviano Anas Atmaja "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara Online" *Jurnal UAJY* . Vol.

Persamaan dari penelitian Handika Arviano Anas Atmaja dengan penulis adalah sama sama membahas tinjauan perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan merek. Sedangkan perbedaannya adalah jika penulis hanya membahas tentang lingkup penggunaan merek merek, Arviano membahas tentang lingkup barang tiruan beserta mereknya.

Kelima, penelitian oleh Yuyut Prayuti, mahasiswa fakultas hukum Universitas Islam Nusantara Bandung tahun 2024 dalam jurnalnya yang berjudul "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital : Analisis Hukum Terhadap Praktik *e-commerce* dan perlindungan data konsumen di Indonesia" yang membahas tentang evaluasi regulasi perlindungan data pribadi dalam konteks perlindungan konsumen, mengidentifikasi celah dalam kebijakan perlindungan hukum konsumen di *e-commerce*, dan mengusulkan strategi peningkatan keamanan data serta privasi konsumen di lingkungan *e-commerce*.¹⁵ Persamaan dari penelitian Yuyut dengan penulis yaitu sama membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen di era digital dan menggunakan metode hukum normatif, sementara perbedaan penelitian penulis yaitu terletak pada ruang lingkup pembahasan perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce*, sedangkan Yuyut Prayuti membahas perlindungan hukum terhadap konsumen dan privasi data *e-commerce*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan yuridis-empiris. Dalam

3, No.3 (2023), 1-2.

¹⁵ Yuyut Prayuti "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital : Analisis Hukum Terhadap Praktik *e-commerce* dan perlindungan data konsumen di Indonesia" *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 5, No. 1 (2024), 903.

penelitian ini penulis fokus menggali data yang sumbernya dari aplikasi *e-commerce* yang kemudian dianalisis dengan bahan hukum yang digunakan.

2. Pendekatan Penelitian

- a. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif analitis yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis maupun lisan serta melibatkan pengamatan terhadap perilaku yang nyata dalam perlindungan hukum konsumen dalam jual beli produk palsu dengan penggunaan merek tiruan di *e-commerce*.
- b. Pendekatan perundang-undangan yaitu dengan metode meneliti dan mengevaluasi seluruh undang-undang dan peraturan terkini yang dapat diterapkan dengan permasalahan hukum yang sedang dihadapi.

3. Sumber Data

Sumber data penelitiannya yaitu ;

- a. Data primer yang diambil dalam penulisan penelitian ini menggunakan data observasi lapangan terhadap konsumen di beberapa *e-commerce* misalnya pada shopee, tik tok shop x tokopedia dan lazada secara *online* serta pengamatan terhadap data transaksi dan ulasan konsumen pada *e-commerce* tersebut.
- b. Data sekunder yaitu sumber data yang mendukung untuk memperkuat data primer yang didapatkan melalui kajian *literature*, diambil dari buku, jurnal hukum makalah ataupun hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

4. Metode Pengumpulan data

Dalam tujuan memperoleh data dalam pelaksanaannya penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan wawancara mengenai pokok bahasan yang diminati oleh subyek.

- a. Observasi : Penulis melakukan pengamatan dengan masalah penelitian dilapangan pada aplikasi *e-*

commerce, adapun aplikasi yang diamati oleh penulis yaitu pada aplikasi shopee, tokopedia dan lazada.

- b. Wawancara : Penulis melakukan wawancara terhadap orang-orang yang melakukan jual beli di *e-commerce* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian dan mengacu pada kriteria pengguna *e-commerce* dalam kurun waktu tertentu. Teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*, yaitu dengan menetapkan informan kunci awal, kemudian memperoleh informan berikutnya berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya secara berkelanjutan hingga peneliti merasa telah memperoleh data yang cukup untuk memahami permasalahan penelitian secara mendalam dengan tujuan menguatkan data penelitian tersebut.
- c. Dokumentasi : Penulis melakukan pengumpulan yang terdiri dari bahan hukum primer berupa buku undang-undang, sekunder berupa artikel ataupun *literature* yang mengulas mengenai penelitian penulis, maupun tersier terhadap konteks penggunaan merek dagang pihak lain tanpa izin yang terjadi di aplikasi *e-commerce*.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode Miles & Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu:

1. Reduksi data pada penelitian ini merujuk pada proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan.
2. Penyajian data, pada penelitian ini berupa mengumpulkan informasi yang tersusun dengan baik,

yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Miles & Huberman juga berpendapat bahwa penyajian data yang efektif merupakan cara utama untuk memastikan analisis kualitatif yang valid.

3. Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang merupakan salah satu komponen dari keseluruhan proses. Kesimpulan yang dihasilkan pada penelitian ini juga harus diverifikasi sepanjang proses penelitian berlangsung.¹⁶

H. Sistematika Pembahasan

Rencana pembahasan naskah ini akan memuat lima bab, yang didalamnya memuat sub bab tersendiri. Tujuan pembahasan naskah ini secara sistematis ditulis sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan : Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah dari penelitian, tujuan penulisan dari penelitian, manfaat serta kegunaan, dan kajian terdahulu yang relevan, kerangka teoritik, metode penelitian yang akan digunakan serta sistematika penulisan.

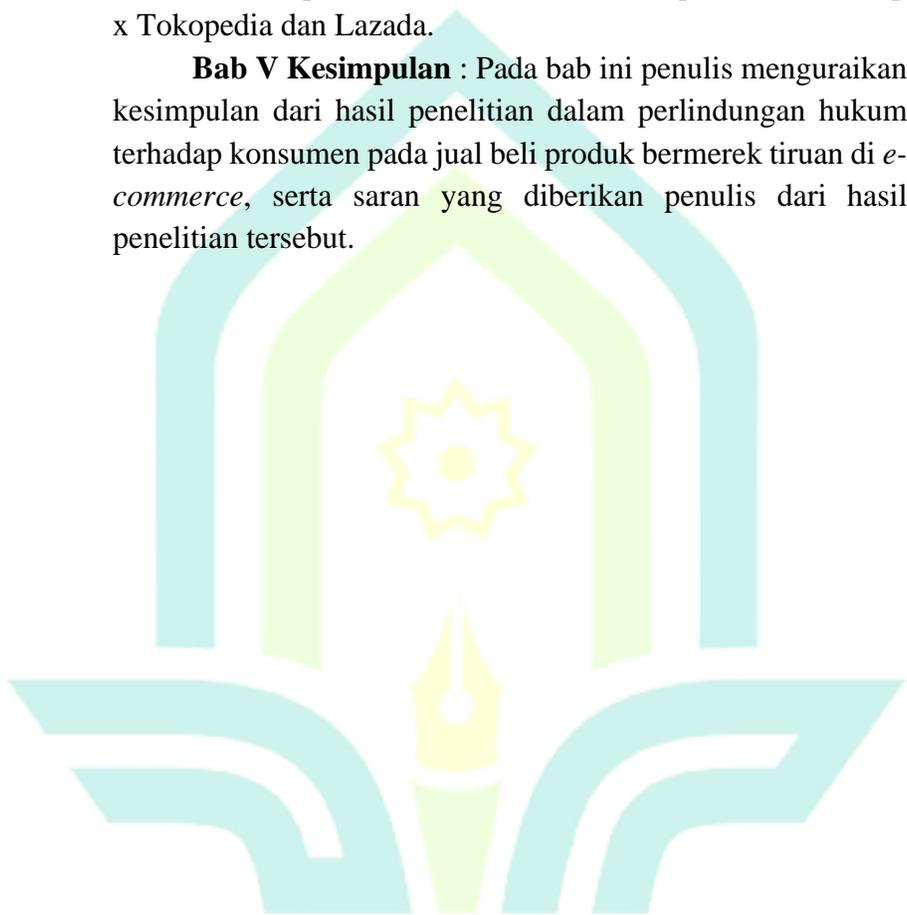
Bab II Landasan Teori : Membahas tentang landasan teori yang berisi konsep perlindungan hukum baik perlindungan hukum konsumen secara umum maupun dalam perspektif Islam, pengertian dan fungsi merek, serta larangan penggunaan merek tiruan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi geografis.

Bab III Hasil Penelitian : Dalam bab ini penulis membahas mulai dari profile *e-commerce* seperti shopee, tik tok shop x tokopedia, dan lazada, gambaran praktik jual beli melalui *e-commerce* secara umum, bentuk penggunaan merek tiruan di *e-commerce* tersebut serta bentuk risiko yang dihadapi konsumen dalam jual beli produk palsu dengan merek tiruan.

¹⁶ Milles dan Huberman, “*Analisis Data Kualitatif*”, (Jakarta: Universitas Indonesia Press 1992), 16.

Bab IV Pembahasan Penelitian : Dari pembahasan dibab sebelumnya, dalam bab IV menjawab mengenai rumusan masalah yang berisi analisis perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* Shopee, TikTok Shop x Tokopedia dan Lazada dalam jual beli produk dengan penggunaan merek tiruan di *e-commerce*, dan analisis akibat hukum terhadap konsumen *e-commerce* Shopee, TikTok Shop x Tokopedia dan Lazada.

Bab V Kesimpulan : Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dalam perlindungan hukum terhadap konsumen pada jual beli produk bermerek tiruan di *e-commerce*, serta saran yang diberikan penulis dari hasil penelitian tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen di platform *e-commerce* Shopee, TikTok Shop x Tokopedia, dan Lazada belum sepenuhnya terpenuhi. Sebagian konsumen memperoleh perlindungan, sementara sebagian lainnya tidak, akibat kendala seperti proses *return* dan kompensasi yang lama serta kurangnya respon dari penjual. Akibatnya, dalam beberapa kasus, sistem aplikasi membatalkan pengajuan konsumen secara otomatis. Meskipun demikian, bentuk perlindungan seperti pengembalian barang, pengembalian dana, dan penghapusan produk telah diterapkan. Ketiga platform tersebut menunjukkan kesamaan dalam menjamin hak konsumen dan menangani pelanggaran oleh pelaku usaha.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa akibat hukum yang timbul bagi konsumen sebagai pihak yang dirugikan akibat peredaran produk bermerek tiruan bersifat positif, yakni berupa perlindungan hukum. Melalui upaya seperti permohonan ganti rugi dan pengajuan penghapusan produk kepada pihak *e-commerce*, ataupun upaya hukum berupa ajuan gugatan dan penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan oleh penulis maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi konsumen supaya lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi pada *e-commerce*, mengingat jarak antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap secara langsung, maka jika hak konsumen tidak terpenuhi, efek kecurangan dari pelaku usaha yang tidak beritikad baik akan

lebih merugikan konsumen, karena mengganti kerugian akan membutuhkan waktu yang lebih lama. Oleh karena itu, perlu sikap waspada terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

2. Bagi pelaku usaha agar menghindari tindakan penggunaan merek tanpa izin ataupun pemalsuan barang guna memperoleh keuntungan. Dasar dalam membuka usaha dalam *e-commerce* adalah kepercayaan serta mengedepankan prinsip-prinsip syariah, khususnya kejujuran, serta menghindari praktik tadelis dan tanajusy, agar terhindar dari perbuatan yang mengarah pada pelanggaran hukum atau jarimah dalam kegiatan usahanya. Oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta itikad baik dalam melakukan jual beli dalam *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan dari pelaku usaha *e-commerce* tersebut.
3. Untuk platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan TikTok Shop x Tokopedia, diharapkan untuk memperketat proses verifikasi, khususnya terkait keaslian merek dan barang. Selain itu, *e-commerce* tersebut perlu menerapkan prosedur penjualan yang sesuai dengan peraturan undang-undang hak kekayaan intelektual, guna mencegah kerugian bagi pelaku usaha lain dan yang paling penting, untuk memastikan pemenuhan hak-hak konsumen.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan unruk melaksanakan penelitian dengan mengembangkan analisis dari perspektif konsumen atau lebih mengeksplorasi hubungan antara pelanggaran merek dan kepercayaan konsumen, serta dampaknya terhadap perilaku pembelian dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bekasi: CV Dian Anugerah Perkasa, 2006.
- Asri, Dyah Permata Budi. “Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Perlindungan Hukum Merek Bagi Industri Kreatif UKM Di Klaten Pada Masa Pandemi Covid 19.” *Kajian Penelitian Hukum, Vol.4*, 2022: 8.
- Atmaja, Handika Arviano Anas. “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara Online.” *Jurnal UAJY*, 2023: 1-2.
- Atmoko, Dwi. “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.” *Jurnal Hukum Suasana*, 2020: 12.
- Azmi, Muhammad Yuris. “Hak Cipta Sebagai Jaminan Fidusia Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Tentang Jaminan Fidusia.” *Jurnal Privat Law, Vol. 4, No. 1*, 2016: 97-106.
- Barakatullah, Abdul Halim. *Hukum Tranksaksi Elektronik di Indonesia*. Bandung: Penerbit Nusa Media, 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim. “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Tranksaksi Di E-Commerce.” *Jurnal Hukum, Vol.14, No.2*, 2007: 247-270.
- Barkatullah, Halim Abdul, dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan Dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Fatarib, Husnul. “Praktik Jual Beli Pada Marketplace Shopee dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen, Vol.17.” *Jurnal Hukum*, 2021: 285-298.
- Febriansyah, Dany. “Perlindungan Hukum Pemegang Merek Dan Sanksi Penyalahgunaan Merek.” *Jurnal Umsida*, 2023: 26.

- Ferdian, Muhammad. "Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur." *Jurnal Hukum Suasana*, 2020: 12.
- Gunawan, Maria Hartanty. "Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Nama Orang Terkenal Sebagai Merek Dagang." *Thesis*, 2021: 5.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Surabaya: Penerbit Peradaban, 2007.
- Handayani, Widya Marthauli. "keberlakuan Hukum Hak Cipta Ojek jaminan Fidusia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta." *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 16, No. 2, 2016: 97-106.
- Hartati, Ralang, dan Syafrida. *Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Yogyakarta: Calpulis, 2022.
- Hartono, Redjeki Sri. *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Mondar Maju*. Bandung : 33, 2000.
- Hidayat, Muhammad Zuhdi. *Suara.com*. 27 September 2023. <https://www.suara.com/bisnis/2023/09/27/101654/profil-tiktok-shop-indonesia-e-commerce-yang-kini-dilarang-jualan?page=all> (diakses Februari 9, 2025).
- Laksita, Bernadetta. "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Dagang Atas Penjualan Barang Palsu Pada Platfrom Marketplace." *Jurnal Wajah Hukun*, Vol. 5, No. 1, 2021: 70-71.
- Longginus, Hadi, dan Suyud Margono. *Pembaruan Perlindungan Hukum Mere*. Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2002.
- M. Hadjon, Philipus. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: Penerbit Peradaban, 2007.
- Maslikan, dan Dika Anggara Putra. "Perlindungan Hukum POJK

- Nomor 14/POJK.05/2020 Terhadap Debitor Lembaga Pembiayaan (Leasing) Terdampak Pandemi Covid-19 Berdasarkan Keadilan.” *Jurnal Keadilan Hukum*, 2023: 10-13.
- Milandry, Anggraini Dwi, dan Sri Arlina. “Penerapan Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Ikea dan Sephora (Perspektif Undang-Undang Merek Internasional).” *Jurnal Cendekia Hukum*, 2022: 12.
- Muchsin. *Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2003.
- Nainggolan, Ibrahim. “Pertanggungjawaban Pidana Perbuatan Penggunaan Merek Yang Sama Pada Pokoknya Tanpa Izin (Analisis Putusan MA. RI No. 2037/Pis.Sus/2015.” *Jurnal Edu Tech*, 2019: 26.
- Nandy. *Gramedia Blog*. 10 December 2018. https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/?srsrtid=AfmBOopjYUHuSLTJ_jHarVG7Hik2Cz90qo pXc_pkyLCdU5FW2CEg9AzS (diakses December 12, 2024).
- Otoman. *Pemegang Paten Perlu Perlindungan Hukum*. 27 July 2018. <https://palembang.tribunnews.com/2018/07/27/esensi-manusia-sebagai-makhluk-sosial?page=all> (diakses February 15, 2025).
- P, Kotler, dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Prayuti, Yusuf. “Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital : Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia.” *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2024: 903.
- Purwito, Edy. “Konsep Usaha Terhadap Produk Gula Pasir Kadaluarasa Di Kota Surabaya.” *Jurnal Megister Hukum*, 2023: 10-12.
- Putri, Felly Eliza. *Liputan6.com*. 18 April 2022.

<https://www.liputan6.com/teknoread/4938046/kampus-umkm-shopee-buka-di-malang-siap-dukung-digitalisasi-umkm-jawa-timur> (diakses December 29, 2024).

Rahardjo, Satjipto. "Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia." *Jakarta : Kompas*, 2003: 121.

Rahayu. "Peraturan Pemerintahan RI, Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Tatacara Perlindungan Korban Dan Sanksi Dalam Pelanggaran Hak Asasi Manusia Yang Berat Undang-Undang Ri, Nomor 23." *Eprints.ums.ac.id.*, 2009: 20-22.

Rahman, Abdul. "Memburu Merek-Merek Global." *Majalah Swasembada*, 2021: 29.

Riung, Chrisai Marselino. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce." *Notarius, Vol 3 No.2*, 2020: 5.

Rofidah, Ida. "Penyalahgunaan Perjanjian Lisensi Merek Dalam Praktek Bisnis Hak Atas Kekayaan Intelektual." *Skripsi*, 2015: 1-4.

Saidin. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Raja Grafinda Persada, 2010.

Sembiring G, Yashara Agidira. "Aspek Hukum Penjualan Produk Co-branding Secara Hak Pada Loka Pasar (E-commerce) Berdasarkan Legislasi Di Indonesia." *Jurnal Reformasi Hukum, Vol. XXVI, No. 1*, 2022: 82.

Septani, Dian, dan Zon Vanel. "Strategi Promosi Lazada.co.id Dalam Menarik Minat Belanja Online Mahasiswa." *Public Relations Universitas Kristen Satya Wacana*, 2021: 5-9.

Setiono. *Rule Of Law*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2004.

Shopee. *Shopee.com*. 2021.
<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187-Syarat-Layanan> (diakses Mey 10, 2025).

- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2014.
- Sumarsono, Sonny. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2022.
- Susanto, Happy. "Hak-Hak Konsumen Yang Dirugikan." *Visi Media*, 2020: 42-44.
- Sutedjo, Agus. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shop." *Jurnal Kewirausahaan, Dan Menejemen Tri Bisnis, Vol . 3, No.2*, 2021: 10-11.
- Syarifaini, Indah Utami. "Analisi Hukum Persaingan Usaha Terhadap Penyalahgunaan Hak Eksklusif Pemegang Hak." *Tesis*, 2022: 1-9.
- Tokopedia. *Tokopedia.com*. 2021. <https://www.tokopedia.com/> (diakses May 11, 2025).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. t.thn. https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf.
- Widihastuti, Setiati, dan Eny Kusdarini. "Kajian Hak Kekayaan Intelektual Karya Perjanjian Batik." *Jurnal Penelitian Humaniora*, 2023: 145-155.
- Widyastuti, Elisa Siti. "Perlindungan Konsumen Dalam Tranksaksi E-Commerce : Suatu Perspektif Hukum Islam." *Milkiyah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1, No.2*, 2022: 43-50.

Lampiran 3

Daftar Riwayat Hidup

Identitas Diri:

Nama : Nelli Fitriani
Tempat, Tanggal Lahir : Pematang, 03 September 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Desa Botekan RT 02 RW 06,
Kecamatan Ulujami, Kabupaten
Pematang
No. Hp : 0838-6150-4200

RIWAYAT PENDIDIKAN:

2009-2015 : SDN 02 BOTEKAN

2015-2018 : SMP N 1 COMAL

2018-2021 : SMA 1 COMAL

2021-2025 : UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN