



Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual Terhadap Pemalsuan Merek Dagang di Platform E-Commerce

Cantika Putri Mawardi¹, Bernajihatun Mumtahina², Rizqya Shalshabilakanza³, M Deny Daruri Al Jernihi⁴

¹²³⁴ Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pamulang

Correspondence: cantikamawardi11@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Jun 4th, 2026

Revised Jun 8th, 2026

Accepted Jun 15th, 2026

Keyword:

Trademark rights; brand counterfeiting; trademark infringement; legal protection; e-commerce.

ABSTRACT

Advances in information technology have driven the transformation of trade activities into online marketplace platforms. On the other hand, this situation has also increased the potential for brand counterfeiting practices, which can lead to trademark infringement. This study aims to analyze the forms of legal protection for trademark rights and examine efforts to combat brand counterfeiting practices in e-commerce. The research method used is descriptive with a normative-juridical approach, through an analysis of relevant laws and regulations and other secondary legal materials. The results indicate that while normatively, trademark protection has been comprehensively regulated, its implementation still faces various obstacles, including limited oversight and low legal awareness among business actors. Therefore, trademark registration is necessary as a basis for legal protection against counterfeiting, as well as law enforcement and filing lawsuits for trademark infringement.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang penggunaannya berkaitan dengan perdagangan, dimana pemakaiannya yaitu pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis. Hak atas merek merupakan hak yang bersifat khusus (eksklusif) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya, yang mana dengan hal tersebut pemilik merek dapat menggunakan mereknya sendiri dan juga dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan mereknya dengan suatu perjanjian lisensi. Untuk mendapatkan hak tersebut pemilik merek wajib mendaftarkan mereknya kepada negara, dimana hal tersebut juga merupakan bentuk perlindungan dan pengakuan yang diberikan negara kepada pemegang merek tidak ada perlindungan terhadap merek dan merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang (Sheilindry et al., 2021).

Praktik pemalsuan merek terkenal di marketplace ternama telah menyebar luas dan semakin sulit untuk dideteksi, khususnya pada platform-platform besar pada market place di Indonesia, dan lain-lain. Pemalsuan merek merupakan masalah serius yang dihadapi oleh banyak perusahaan di era digital ini. Di *marketplace*, penjual yang tidak bertanggung jawab dapat dengan mudah memasarkan produk palsu dengan memanfaatkan popularitas merek terkenal. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya upaya perlindungan dan penegakan hukum yang efektif untuk mengatasi maraknya pemalsuan merek terkenal di *marketplace* ternama (Aziz et al., 2024).

Electronic Commerce (yang biasanya disingkat dan disebut “*e-commerce*”) atau yang dikenal dalam ketentuan peraturan di Indonesia sebagai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah Perdagangan yang transaksinya pelaksanaannya dipraktikkan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Keterkaitan e-commerce dengan perkembangan teknologi yang erat, memicu ide-ide kreatif untuk menciptakan terobosan baru dalam cara melakukan bisnis. Terlepas dari sanksi tegas

atas pemalsuan merek, ternyata kerap ditemukan pada berbagai platform *e-commerce* di Indonesia pelaku usaha menawarkan snack kemasan ulang yang dengan memalsukan merek. Dalam *e-commerce* juga menawarkan berupa makanan ringan yang dikemas ulang dengan mencantumkan suatu merek terkenal (Rafli & Apriani, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fabio Gennaro et al. (2026) dengan judul Penguatan Perlindungan Merek Dagang di Era Digital: Analisis Normatif Yuridis terhadap Efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Implikasinya terhadap *E-Commerce*. Penelitian ini hanya berfokus kepada efektivitas perlindungan merek secara umum di era digital ini. Tetapi, pada penelitian ini tidak secara spesifik mengkaji perlindungan hak atas kekayaan intelektual terhadap praktik pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce* serta penanggulangan praktik pemalsuan merek di *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang di *e-commerce*. Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Icha Sheilindry et al. (2021) dengan judul Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang. Penelitian ini lebih berfokus pada perlindungan merek melalui kontrak bisnis elektronik dan tanggung jawab *marketplace*. Tetapi penelitian sebelumnya ini belum membahas perlindungan hak atas kekayaan intelektual terhadap praktik pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce*.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap hak merek atas praktik pemalsuan merek dagang yang terjadi pada platform *e-commerce* serta mengkaji berbagai upaya penanggulangan yang dapat dilakukan untuk mencegah dan menindak pelanggaran hak merek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian hukum mengenai perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, khususnya hak merek, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan penyelenggara *e-commerce* dalam mewujudkan perlindungan hukum yang efektif terhadap praktik pemalsuan merek di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normative, yaitu penelitian yang berfokus pada kajian terhadap hukum tertulis (*law in books*) dan bahan hukum sekunder lainnya yang relevan. Tujuannya adalah untuk memahami dan menganalisis perlindungan hak atas kekayaan intelektual terutama terhadap pemalsuan merek dagang di *e-commerce*.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan yang menelaah hukum sebagai norma tertulis yang berlaku secara formal. Fokus utama penelitian ini terletak pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan bahan hukum sekunder lainnya yang relevan seperti jurnal.

Penelitian ini diawali dengan langkah awal menentukan jenis penelitian yaitu penelitian hukum normative serta metode dengan fokus utama pada hukum tertulis dan bahan sekunder lainnya yang relevan. Penelitian hukum normative dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hukum yang mengatur perlindungan hak atas kekayaan intelektual, khususnya terkait pemalsuan merek dagang pada platform *e-commerce*. Selanjutnya, merumuskan tujuan penelitian untuk memahami serta menganalisis perlindungan hak atas kekayaan intelektual dalam menghadapi fenomena pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce*. Langkah selanjutnya, proses analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan yuridis normative melalui penelaahan terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Dengan pendekatan ini, penelitian melakukan penelaahan hukum yang berlaku secara formal. Langkah ini memiliki fokus utama pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menjadi instrument hukum dalam penelitian ini. Langkah terakhir, penelitian ini mengintegrasikan bahan sekunder lainnya yang relevan, seperti artikel dan jurnal, untuk menyempurnakan dan memperkuat kasus argument hukum serta mendukung analisis normative yang telah dilakukan terhadap peraturan perundang-undangan tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual

HKI adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta atau pemilik karya intelektual atas hasil karyanya, yang meliputi hak cipta, paten, merek dagang, desain industri, dan jenis HKI lainnya. HKI berfungsi untuk melindungi inovasi dan kreativitas agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain tanpa izin. Dalam perdagangan, HKI menjadi instrumen penting untuk menjaga keunggulan kompetitif dan mendorong inovasi. Di era digital, perlindungan HKI menjadi semakin kompleks karena kemudahan reproduksi dan distribusi karya secara online yang berpotensi menimbulkan pelanggaran seperti pembajakan dan pemalsuan (Rosadi, 2025).

Perlindungan hak atas kekayaan intelektual terkhususnya terkait merek dagang yang merupakan hak eksklusif yang memiliki nilai reputasi dan ekonomi (*goodwill*). Perlindungan ini terhadap merek dagang memiliki tujuan untuk memberikan sebuah penghargaan dan insentif terhadap pelaku usaha supaya dapat berinovasi dan terus menjaga kualitas produk maupun jasa yang diberikan. Apabila tidak terdapat perlindungan hukum yang memadai pemilik merek dapat berpotensi mengalami kerugian akibat praktik pemalsuan merek dagang dan penggunaan merek dagang tanpa izin. Undang-Undang terkait Hak Atas Kekayaan Intelektual terdapat dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Pada Pasal 1 menjelaskan terkait Hak Cipta adalah hak eksklusif atas karya, semua karya yang merupakan hasil pemikiran dan kreatifitas masuk ke dalam kekayaan intelektual. Melalui Undang-Undang merek dagang, negara dapat memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek agar merek nya tidak digunakan, ditiru, atau dipalsukan oleh pihak lain.

Dalam pandangan perdagangan digital atau biasa yang dikenal *e-commerce*, perlindungan merek dagang tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga dapat menjangkau ruang *cyber* yang memiliki karakter lintas batas serta dinamika transaksi elektronik yang sulit dikontrol. Oleh karena itu perlindungan hak atas kekayaan intelektual dituntut untuk bersifat secara adaptif terhadap perkembangan teknologi yang terus berkembang supaya mampu memberikan keastian hukum bagi pemilik hak merek serta melindungi konsumen.

Merek dagang merupakan bagian dari hak atas kekayaan intelektual yang berkaitan dengan sebuah perdagangan, yang dimana produk yang dipasarkan memiliki nilai jual atau nilai ekonomis. Hak atas merek bersifat khusus yang diberikan kepada pemilik merek, pemilik merek dapat digunakan mereknya sendiri dan dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan mereknya dengan suatu perjanjian lisensi. HKI memiliki fungsi untuk melindungi suatu kreativitas dan inovasi agar tidak disalahgunakan pihak yang tidak memiliki izin. Di era digital, perlindungan haki menjadi semakin ketat karena suatu kemudahan distribusi karya dan reproduksi karya secara umum yang dapat menimbulkan suatu pelanggaran seperti pemalsuan merek dagang dan pembajakan.

Dalam perkembangan perdagangan digital atau *e-commerce*, perlindungan merek dagang menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Platform *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara luas, namun disisi lain juga dapat membuka peluang terjadinya pelanggaran HKI, khususnya pemalsuan merek dagang. Produk-produk palsu dapat dengan mudah diperjual belikan melalui platform digital dengan menggunakan merek tanpa izin dari pemilik. Kondisi ini dapat merugikan pemilik merek dan konsumen karena kualitas produk yang tidak sesuai dengan standar produk asli.

2. Perlindungan merek dagang dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016

Merek dagang merupakan aset berharga yang merepresentasikan reputasi, identitas, dan kualitas produk atau layanan dari sebuah perusahaan. Perlindungan merek dagang yang efektif membantu membangun kepercayaan konsumen dan memastikan bahwa nilai dan kualitas produk tetap terjaga. Di era digital, merek dagang juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang penting, memperkuat pengenalan merek dan diferensiasi di pasar yang kompetitif (Kennedy & Wartoyo, 2024).

Merek dagang di Indonesia memiliki perlindungan hukum yang diatur secara komprehensif yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Pada Pasal 1 angka 1 UU Merek mendefinisikan bahwa merek sebagai suatu tanda yang ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang dibuat atau diproduksi oleh seseorang.

Pada Pasal 3 UU Merek ditegaskan hak atas merek bersifat eksklusif dan timbul setelah merek didaftarkan. Pemegang hak merek memiliki kewenang terhadap penggunaan merek atau dapat memberikan izin kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi. Ketentuan ini memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek sekaligus menjadi dasar perlindungan hukum terhadap tindakan penggunaan merek tanpa izin. Dengan adanya hak eksklusif, pemilik merek memiliki wewenang penuh untuk menggunakan sendiri mereknya ataupun dapat memberikan izin kepada pihak lain melalui perjanjian lisensi.

Pada Pasal 35 UU Merek diatur bahwa perlindungan merek diberikan dalam jangka waktu 10 Tahun sejak tanggal penerimaan permohonan dan dapat diperpanjang dalam jangka waktu yang sama. Pengaturan ini bertujuan agar pemilik merek dapat menjalankan kegiatan usahanya secara berkelanjutan dengan jaminan perlindungan hukum negara. Dengan ini pemilik merek dapat menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan sebagaimana ketentuan ini memberikan kepastian hukum.

UU Merek menyediakan suatu mekanisme perlindungan represif melalui suatu gugatan perdata maupun sanksi pidana dalam penegakan hukum. Pada Pasal 83 UU Merek memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan ganti rugi atau penghentian terkait penggunaan merek tanpa hak. Terdapat juga pada Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 mengatur ancaman pidana bagi pihak yang dengan sengaja menggunakan merek yang sudah terdaftar. Dengan ini UU Merek dapat menjadi perlindungan hukum yang kuat bagi pemilik merek dagang. Ketentuan pidana tersebut menjadi bentuk penegakan hukum untuk memberikan efek jera terhadap pelaku pemalsuan merek dagang.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis, perlindungan merek dagang di Indonesia adalah bagian penting dari perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Dengan pengaturan yang komprehensif seperti definisi merek, pendaftaran merek, jangka waktu perlindungan, hingga mekanisme penegakan hukum secara perdata maupun pidana. Dengan adanya Undang-Undang ini pemilik merek dapat diberikan kepastian dan jaminan hukum. Sanksi yang tegas pada penggunaan merek tanpa hak, tindakan pemalsuan merek dagang. UU Merek sebagai instrumen perlindungan hukum yang tegas dan mengatur mencegah dan menindak pelanggaran terhadap merek dagang, sehingga dapat terjaga keaslian, nilai ekonomi, reputasi sebagai bagian kekayaan intelektual.

Pengaturan yang mencakup definisi merek, sistem pendaftaran, jangka waktu perlindungan, hingga mekanisme penyelesaian sengketa menunjukkan bahwa negara berupaya memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada pemilik merek. Selain itu, terdapat sanksi yang tegas terhadap penggunaan merek tanpa hak dan tindakan pemalsuan merek dagang menjadi instrumen penting dalam menjaga keaslian, reputasi, serta nilai ekonomi merek sebagai bagian dari kekayaan intelektual. Dengan perlindungan HKI terhadap pemalsuan merek di platform *e-commerce* menjadi sangat penting untuk menciptakan iklim perdagangan digital yang aman, adil, dan memberikan perlindungan bagi pelaku usaha maupun konsumen.

3. Pengaturan Hukum yang Berlaku Pada Perdagangan di Platform E-Commerce

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. (Kenjiroh, 2025).

Tanggung jawab platform *e-commerce* pada pelanggaran merek dagang, platform memiliki peran sebagai perantara antara pembeli dan penjual, termasuk pelanggaran merek dagang yang terjadi di *e-commerce*. Untuk memperkuat perlindungan hukum pada merek dagang, penguatan mekanisme *notice and takedown* dalam penyelenggaraan *e-commerce* dengan dukungan sistem verifikasi identitas penjual. Pemblokiran konten atau akun yang terbukti melanggar hak merek. Peningkatan sinergi antara aparat penegak hukum siber, dan penyelenggaraan platform untuk mengatur dukungan pembuktian digital. Kemudian peningkatan sumber daya manusia aparat penegak hukum melalui pelatihan berkelanjutan terkait teknologi informasi dan alat bukti elektronik.

Efektivitas penerapan UU Merek menunjukkan Tingkat efektivitas yang masih terbatas. UU Merek mengakomodasi pemanfaatan teknologi informasi seperti pendaftaran merek secara elektronik. Dengan ini efektivitas UU Merek dalam melindungi merek dagang di *e-commerce* masih bersifat parsial. Dalam konteks perdagangan di platform *e-commerce*, perlindungan terhadap merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Pada Pasal 25 ditegaskan bahwa informasi atau dokumen elektronik menjadi karya intelektual diindungi sebagai hak kekayaan intelektual. Kemudian Pasal 36 menyatakan setiap orang yang dengan sengaja melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi orang lain dapat dikenakan sanksi pidana. Selain itu perlindungan merek dagang dalam *e-commerce* diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Dalam Pasal 5 dan Pasal 6 menegaskan bahwa pelaku usaha dengan sistem elektronik wajib memastikan barang atau jasa tidak melanggar hak kekayaan intelektual apabila terjadi pelanggaran maka dapat dikenakan sanksi administratif yang diatur dalam Pasal 50 sampai Pasal 52, yang berupa peringatan tertulis, penghentian sementara, dan pemblokiran akses.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada peraturan ini *e-commerce* memiliki pengawasan terhadap produk yang dijual, termasuk menyediakan fitur pelaporan pelanggaran merek serta mekanisme untuk melakukan penghapusan atau pemblokiran terhadap merek dagang. Perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce* memerlukan penguatan regulasi serta pengawasan. Selain peran pemerintah dan aparat hukum, platform *e-commerce* juga harus berperan penting secara aktif dalam mencegah peredaran produk palsu.

4. Penanggulangan Praktik Pemalsuan Merek Dagang di Platform E-Commerce

a. Pendaftaran Merek sebagai Penanggulangan Landasan Perlindungan Hukum dari Pemalsuan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Langkah utama untuk menanggulangi terjadinya praktik pemalsuan merek dagang yaitu dengan pendaftaran merek dagang, perlindungan merek menganut prinsip *first to file*, yang berarti hak merek diberikan kepada pihak pertama yang mengajukan permohonan pendaftaran bukan pihak yang pertama kali menggunakan merek tersebut. Pendaftaran merek merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan negara kepada pemilik merek agar mereknya tidak digunakan, ditiru, maupun dipalsukan oleh pihak lain tanpa izin. Prinsip *first to file* menunjukkan bahwa pendaftaran merek memiliki kedudukan yang sangat penting dalam memperoleh perlindungan hukum, karena hak atas merek baru lahir setelah merek tersebut resmi terdaftar sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa hak atas merek didapatkan setelah merek terdaftar. Apabila merek terdaftar pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya sendiri dan juga dapat memberikan izin kepada pihak lain apabila ingin menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan. Hak eksklusif menjadi dasar hukum yang kuat untuk mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada merek tanpa izin dari pemilik merek. Hal ini diatur dalam Pasal 21 ayat (1) yang menegaskan persamaan pada pokoknya, hal ini dimaksud dengan kemiripan yang disebabkan oleh unsur yang dominan antar merek sehingga menunjukkan adanya persamaan seperti bentuk, penempatan, penulisan, maupun logo.

Pendaftaran merek sangat penting untuk mencegah terjadinya praktik pemalsuan merek dagang. Tanpa adanya pendaftaran, pemilik merek ketika terdapat persamaan ataupun pemalsuan merek dagang, pemilik akan kesulitan dalam membuktikan kepemilikan hak dan akan berada di posisi yang lemah apabila sengketa ini terjadi. Di era digital pemalsuan merek dagang semakin tinggi dalam skala besar melalui *e-commerce*. Sertifikat merek terdaftar menjadi instrument utama untuk melakukan *takedown* terhadap pemalsuan merek.

b. Penegakan Hukum serta Pengajuan Gugatan atas Pelanggaran Merek

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan apabila terdapat pihak yang tidak memiliki hak menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan. Dengan adanya Undang-Undang ini pemilik merek perlu memahami dan memanfaatkan penegakan hukum apabila terjadi sengketa. Melalui gugatan, pemilik merek dapat meminta ganti rugi atas kerugian yang timbul akibat pelanggaran merek. Gugatan pelanggaran merek dapat diajukan dengan perdata ke pengadilan niaga. Pemilik merek dapat meminta ganti rugi serta penutupan atau penghentian seluruh kegiatan perdagangan yang berkaitan dengan penggunaan merek secara tidak sah.

Dalam Pasal 94 Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa berdasarkan bukti permulaan yang cukup, pemilik merek terdaftar yang haknya dirugikan dapat meminta hakim pengadilan niaga untuk menerbitkan surat penetapan sementara tentang:

1. Pencegahan masuknya barang yang diduga hasil pelanggaran hak atas merek ke jalur perdagangan
2. Penyimpanan alat bukti yang berkaitan dengan pelanggaran hak atas merek tersebut
3. Pengamanan dan pencegahan hingga barang bukti oleh pelanggar
4. Penghentian pelanggaran guna mencegah kerugian yang lebih besar

Selain gugatan perdata Undang-Undang ini mengatur sanksi pidana bagi pelaku pemalsuan merek. Dengan adanya ketentuan pidana ini untuk memberikan efek jera terutama terhadap pelaku pemalsuan merek yang beroperasi secara masif dan terorganisir. Tanpa merek terdaftar proses penegakan hukum dan pengadilan akan kesulitan menilai hak eksklusif terlampir dalam Pasal 95 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu permohonan penetapan sementara diajukan secara kepada pengadilan niaga dengan persyaratan melampirkan bukti kepemilikan merek, melampirkan bukti adanya petunjuk awal yang kuat terjadinya pelanggaran merek, melampirkan keterangan yang jelas mengenai barang atau dokumen yang diminta, dicari, dikumpulkan, dan diamankan untuk keperluan pembuktian, dan menyerahkan jaminan berupa uang tunai atau jaminan bank sebanding dengan nilai barang yang akan dikenai penetapan sementara.

Hasil dari penelitian ini yaitu perlindungan hak atas kekayaan intelektual terhadap pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce* telah diatur dalam perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Perlindungan ini diberikan dengan hak eksklusif atas merek terdaftar, mekanisme gugatan perdata, sanksi pidana, serta pengawasan. Namun, dalam praktiknya masih terdapat beberapa tantangan seperti pemalsuan merek dagang, lemahnya pengawasan, serta rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukannya upaya penanggulangan dapat dengan melalui pendaftaran merek dagang, penguatan mekanisme pengawasan, serta penegakan hukum secara pidana ataupun perdata terhadap pelaku pemalsuan merek dagang untuk menciptakan kepastian hukum dan perlindungan bagi pemilik hak merek.

Berdasarkan pembahasan tersebut perlindungan hukum merek dagang di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pada Pasal 1 angka 1 menjelaskan merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum. Perlindungan hukum terhadap merek diberikansetelah merek tersebut didaftarkan sebagaimana diatur dalam pasal 3 UU Merek, sehingga pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan dan melindungi mereknya dari tindakan pemalsuan. Selanjutnya Pasal 21 ayat (1) juga menegaskan larangan penggunaan merek yang memiliki potensi persamaan pada merek terdaftar karena dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek asli maupun konsumen. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi langkah utama dalam perlindungan hukum dan sebagai dasar untuk melakukan penindakan terhadap pelanggaran merek dagang di platform *e-commerce*.

KESIMPULAN

Perlindungan hak atas kekayaan intelektual terhadap merek dagang di platform *e-commerce* masih menghadapi berbagai tantangan di era digital yang menyebabkan terdapat pemalsuan merek

dagang di platform *e-commerce*. Terdapat perlindungan terhadap merek dagang melalui perundang-undangan yang berlaku tetapi perlindungan merek dagang juga diperlukan adanya pengawasan, ketegasan penegakan hukum, serta tingginya kesadaran pelaku usaha. Selain itu, pendaftaran merek dagang juga penting sebagai perlindungan karena menjadi langkah penting agar pemilik merek memiliki kepastian hukum. Ketika terjadi pemalsuan merek dagang. Dengan adanya pengawasan yang optimal, peningkatan kesadaran hukum, dan penegakan hukum yang konsisten, praktik pemalsuan merek dagang di platform *e-commerce* dapat diminimalisir sehingga dapat menciptakan perlindungan bagi pemilik merek, konsumen, dan persaingan usaha yang sehat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, T. S., Terubus, T., Sudjai, S., Darmawan, D., & Putra, A. R. (2024). Perlindungan dan penegakan hukum terhadap pemalsuan merek terkenal yang terjadi di marketplace. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 12–18.
- Gennaro, F., Oktapiansyah, M., Novianti, F., & Trada, P. P. (2026). Penguatan perlindungan merek dagang di era digital: Analisis normatif yuridis terhadap efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan implikasinya terhadap e-commerce. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(8), 1492–1500.
- Kennedy, A., & Wartoyo, F. X. (2024). Perlindungan merek dagang pada platform e-commerce di Indonesia ditinjau dari perspektif HAM. *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 94–119.
- Kenjiroh, B., & MH, A. U. H. S. (2025). Analisis hukum pemalsuan merek pada TikTok Shop. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 3(1), 113–121.
- Rafli, C. F., & Apriani, R. (2022). Perlindungan hukum terhadap pemilik merek atas pemalsuan merek oleh pelaku usaha melalui transaksi perdagangan elektronik (e-commerce). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 181–190.
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Pemerintah Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pemerintah Republik Indonesia.
- Rosadi, M. A. A. (2025). Perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual dalam perdagangan digital. *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 15(4), 131–140.
- Sheilindry, I. (2021). Perlindungan hak kekayaan intelektual dalam kontrak bisnis elektronik atas pemegang hak merek dagang. *Simbur Cahaya*, 282–294.
- SIPR Consultant. (2026). Jangan sampai terlambat, Ini strategi cegah pemalsuan merek di era digital. <https://siprconsultant.id/jangan-sampai-terlambat-ini-strategi-cegah-pemalsuan-merek-di-era-digital/>