

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMALSUAN**

**MEREK OLEH PELAKU USAHA**

*(Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)*

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**RAHMA HIDAYATUL SJARIFAH**

**210202110118**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2025**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMALSUAN**

**MEREK OLEH PELAKU USAHA**

*(Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)*

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RAHMA HIDAYATUL SJARIFAH**

**210202110118**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2025**

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Demi allah,

Dengan kesadaran penuh serta tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMALSUAN MEREK OLEH PELAKU USAHA**

*(Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)*

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan keidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika kemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik Sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 6 Mei 2025

Penulis,



Rahma Hidayatul Sjarifah

NIM. 210202110118

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi proposal skripsi saudara Rahma Hidayatul Sjarifah NIM: 210202110118 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMALSUAN  
MEREK OLEH PELAKU USAHA

*(Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)*

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah dinyatakan memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Malang, 6 Mei 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi

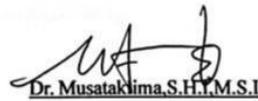
Hukum Ekonomi Syariah



Prof. Dr. Fakhruddin, M.HI

NIP. 19748192000031002

Dosen Pembimbing



Dr. Musataqima, S.H., M.S.I

NIP. 198304202023211012

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Dewan penguji skripsi saudari Rahma Hidayatul Sjarifah NIM  
210202110118 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

### PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMALSUAN MEREK OLEH PELAKU USAHA

*(Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)*

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada  
tanggal 17 Juni 2025

Dengan penguji :

1. Dwi Fidhayanti, S.HI., M.H.  
NIP. 199103132019032036
2. Dr. Khoirul Hidayah, M.H  
NIP. 197805242009122003
3. Dr. Musataklima, S.HI., M.SI  
NIP. 198304202023211012

(.....  
Dwi.....)

Ketua Penguji

(.....  
Khoirul.....)

Penguji Utama

(.....  
Musataklima.....)

Sekretaris Penguji

Malang, 20 Juni 2025

Dekan Fakultas Syariah



(.....  
Sudirman.....)  
Prof. Dr. Sudirman, MA., CAHRM  
NIP. 197708222005011003

## BUKTI KONSULTASI

### BUKTI KONSULTASI

Nama : Rahma Hidayatul Sjarifah  
NIM : 210202110118  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : Dr. Musataklima, S.H.I., M.S.I  
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek Dalam Pelanggaran *Passing Off* (Studi di UPT Perlindungan Konsumen Malang)

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Senin, 2 Desember 2024	Konsultasi bab 1-3	MA
2.	Jumat, 6 Desember 2024	Revisi bab 1-3	MA
3.	Rabu, 11 Desember 2024	ACC seminar proposal	MA
4.	Rabu, 19 Februari 2025	ACC draf pertanyaan dan wawancara	MA
5.	Senin, 24 Februari 2025	Membuat bab IV & V	MA
6.	Jumat, 14 Maret 2025	Revisi bab I-V	MA
7.	Jumat, 9 Mei 2025	Revisi hasil penelitian	MA
8.	Rabu, 15 Mei 2025	Revisi abstrak	MA
9.	Jumat, 23 Mei 2025	ACC abstrak	MA
10.	Senin, 26 Mei 2025	ACC naskah Skripsi	MA

Malang, 27 Mei 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Prof. Dr. Fakhruddin, M.HI.

NIP. 197408192000031002

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

“Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Al Mujadalah: 11)

وَلَا تَأْتِسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْتِسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمَ الْكَافِرُونَ ﴿٨٧﴾

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmad Allah melainkan orang-orang yang kafur” (Al Baqarah: 87)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi Kesehatan, rahmat serta kesempatan kepada penulis sehingga penelitian dengan judul : “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek Oleh Pelaku Usaha (*Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang*” dapat diselesaikan penulis dengan baik. Sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan yang baik kepada kita Ketika menjalani kehidupan. Semoga dengan mengikuti beliau kita termasuk kedalam golongan orang yang beriman serta mendapat syafaat kelak dihari akhir, aamiinn.

Dengan segala bimbingan, pengajaran, arahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Sudirman, MA., CAHRM., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hersila Astari Pitaloka, M.Pd., selaku dosen wali selama menempuh pendidikan di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik

Ibrahim Malang. Penulis hanturkan terima kasih tak terhingga kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.

5. Bapak Musataklima, S.H.I, M.S.I., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mencurahkan waktu untuk memberi pengarahan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberi ilmu kepada kami semua. Dengan niat ikhlas, semoga amal mereka menjadi bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT.
7. Staff Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terima kasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang Tua, Retno Wijayanti dan Imam Mahmudi, skripsi ini merupakan persembahan kecil. Terima kasih telah menjadi dunia sekaligus penyemangat ketika penulis merasa putus asa dan lelah. Terima kasih telah selalu memberikan saran, masukan, serta semangat kepada penulis sehingga penulis merasakan dunianya utuh kembali. Terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, waktu, tenaga, uang, nasihat, kebersamaan serta didikan ibu selama ini. Terima kasih atas doa yang selalu ibu dan bapak panjatkan kepada Allah SWT untuk segala kelancaran urusan penulis dan segala apresiasi yang ibu dan bapak berikan kepada penulis. Hanya satu yang penulis inginkan, sehat dan bahagia selalu ibu dan bapak, semoga

penulis bisa membalas semua jasamu yang tiada tara. Love you more than myself my world, hope you meet my success.

9. Teman-teman alumni pondok, teman kelas, dan teman organisasi yang telah berkenan membantu dan bekerja sama, berdiskusi, menemani penelitian dan teman main. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT, diberi kemudahan didunia dan akhirat, Aamiinn.
10. UPT Perlindungan Konsumen Malang beserta seluruh narasumber yang bersedia menjadi objek penelitian dan wawancara penulis.
11. Terakhir, terima kasih kepada untuk diri saya sendiri yang telah berjuang hingga pada titik ini, terima kasih sudah bertahan dan telah melalui banyak hal serta tidak mudah menyerah atas segala cobaan, rintangan dan musibah yang selalu menjadi ujian penulis.

Penulis berharap semoga ilmu yang diperoleh selama menjadi mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini bisa bermanfaat untuk penulis sendiri dan untuk orang lain. Penulis sadar hanya manusia biasa yang tidak pernah lepas dari kesalahan, maka dari itu jika ada kalimat yang kurang sopan dan menyinggung pembaca, penulis ucapkan maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga sadar bahwa skripsi ini pastinya memiliki kekurangan.

Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak demi upaya perbaikan di waktu yang akan datang.

Malang, 06 Mei 2025

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing, kerap tidak ter hindarkan. Secara umum sesuai pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah.

Transliterasi Arab-Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model *Library of Congress* (LC) Amerika Serikat sebagai berikut.

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	‘	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	th	غ	Gh
ج	j	ف	F
ح	h	ق	Q
خ	kh	ك	K
د	d	ل	L
ذ	dh	م	M
ر	r	ن	N
ز	z	و	W
س	s	هـ	H
ش	sh	ء/أ	‘
ص	s	ي	Y
ض	d		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. (أ, ي, و). Bunyi hidup double Arab ditransliterasikan dengan menggabungkan dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwāmah. Kata yang berakhiran tā' *marbūṭah* dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>BUKTI KONSULTASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>المخلص.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional.....	9
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kerangka Teori.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Pendekatan Penelitian .....	33
C. Lokasi Penelitian.....	33
D. Sumber Data.....	34
E. Metode Pengumpulan Data .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 40
B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek Oleh Pelaku Usaha (Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang).....	42
1. Upaya UPT Perlindungan Konsumen Malang Dalam Mengatasi Terjadinya Pelanggaran Pemalsuan Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen.....	42
2. Hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam Memberikan Perlindungan Hukum Represif Terhadap Konsumen Dari Tindakan Pemalsuan Merek.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## **DAFTAR TABEL**

Table 1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Table 2 : Daftar Konsumen yang Diwawancarai

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Pengantar Izin Penelitian
- Lampiran 2 :Dokumentasi Wawancara dengan UPT Perlindungan  
Konsumen Malang
- Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara Online dengan Konsumen

## ABSTRAK

Rahma Hidayatul Sjarifah, 210202110118, 2025, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek Oleh Pelaku Usaha (Studi di UPT Perlindungan Konsumen Malang), Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi : Dr. Musataklima, S.H.I., M.S.I

---

### **Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Pemalsuan Merek, Hak Konsumen**

Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen dari pelanggaran atas pemalsuan merek. Pemalsuan merek merupakan Tindakan pelanggaran pemboncengan reputasi atau menggunakan merek dengan itikad tidak baik untuk mengecoh konsumen dalam membeli barang yang dilakukan oleh pelaku usaha. Tindakan pemalsuan merek dapat merugikan pemilik merek yang sudah mempunyai reputasi yang besar, seperti menurunnya kepercayaan konsumen terhadap merek asli yang telah lebi dulu terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. Selain itu, dapat menimbulkan kerugian materil bagi konsumen yang mengalami kesesatan, sehingga perlu adanya perlindungan hukum untuk konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris dengan pendekatan sosiologis. Penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi terkait dengan UPT Perlindungan Konsumen Malang serta enam orang konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Upaya dan hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam meningkatkan kesadaran konsumen dalam Tindakan pelanggaran pemalsuan merek.

Hasil penelitian ini menunjukkan perlindungan hukum konsumen terhadap pelanggaran pemalsuan merek yaitu konsumen dapat melaporkan ke BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). UPT Perlindungan Konsumen Malang yang telah melakukan Upaya-upaya dalam melindungi konsumen seperti sosialisasi dan pengawasan, menerima keluhan dan aduan konsumen, serta bekerjasama dengan lintas dinas atau lintas OPD (Organisasi Lintas Daerah), Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan Dirjen Kekayaan Hak Intelektual. Namun, masih menghadapi kendala dalam memberikan perlindungan represif kepada konsumen karena keterbatasan wewenang dalam penindakan hukum hanya dapat memediasi sengketa, memberi edukasi dan sosialisasi. Meminta pelaku usaha untuk tidak membuat produk yang dilanggar agar konsumen mendapat hak kenyamanan dan keamanan. Kasus pemalsuan merek juga melibatkan lembaga lain seperti Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) atau polisi, kurangnya kesadaran dan laporan dari konsumen, hambatan sumber daya manusia dan anggaran yang minim serta hambatan eksternal dari para pelaku UMKM atau usaha kecil yang membuat UPT ragu menindak karena pertimbangan sosial dan ekonomi

## ABSTRACT

Rahma Hidayatul Sjarifah, 210202110118, 2025, Legal Protection for Consumers on Brand Counterfeiting by Business Actors (Study at UPT Consumer Protection Malang), Thesis of Sharia Economic Law Study Program, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Thesis Supervisor: Dr. Musataklima, S.H.I., M.S.I.

---

**Keywords : Legal Protection , Brand Counterfeting, Consumer Rights**

This study discusses legal protection for consumers from trademark counterfeiting. Trademark counterfeiting is an act of violating reputation or using a trademark with malicious intent to deceive consumers into purchasing goods by business actors. Trademark counterfeiting can harm trademark owners who already have a strong reputation, such as a decline in consumer trust in the original brand that has been registered with the Directorate General of Intellectual Property. Additionally, it can cause material losses for consumers who are misled, thus necessitating legal protection for consumers.

The method used in this research is empirical juridical with a sociological approach. This research uses two sources, namely primary data and secondary data. Primary data was obtained from interviews and documentation related to the Malang Consumer Protection Unit and six consumers. The purpose of this research is to find out the efforts and obstacles of the Malang Consumer Protection Unit in increasing consumer awareness in the action of trademark counterfeiting violations.

The results of this study indicate the legal protection of consumers against brand counterfeiting violations, namely consumers can report to BPSK (Consumer Dispute Resolution Agency). The Consumer Protection Unit of Malang has made efforts to protect consumers such as socialization and supervision, receiving consumer complaints and complaints, and collaborating with cross-departmental or cross-OPD (Cross-Regional Organization), the Business Competition Supervisory Commission and the Director General of Intellectual Property Rights. However, it still faces obstacles in providing repressive protection to consumers due to limited authority in legal action, which can only mediate disputes, provide education and socialization. Requesting business actors not to make infringing products so that consumers get the right to comfort and safety. Brand counterfeiting cases also involve other institutions such as the Directorate General of Intellectual Property (DJKI) or the police, lack of awareness and reports from consumers, human resource constraints and minimal budgets as well as external obstacles from MSME or small business actors who make UPT hesitant to take action due to social and economic considerations.

## المخلص

رحمة هداية السجرفة، 210202110118، 2025، الحماية القانونية للمستهلكين من تزيف العلامات التجارية من قبل الجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية (دراسة في جامعة حماية المستهلك في مالانج)، أطروحة برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج. المشرف على الرسالة: د. مصطكيمة، س. ح. إ. م. س. إ.

### الكلمات المفتاحية : الحماية القانونية، مكافحة العلامات التجارية، حقوق المستهلك، الحماية القانونية

هذا البحث يتناول الحماية القانونية للمستهلكين من انتهاكات تتعلق بتزوير العلامات التجارية. تزوير العلامات التجارية هو فعل انتهاك لسمعة العلامة التجارية أو استخدامها بنية سيئة لخداع المستهلكين في شراء السلع من قبل أصحاب الأعمال. تزوير العلامات التجارية يمكن أن يضر بالملكي العلامات التجارية التي تتمتع بسمعة طيبة، مثل انخفاض ثقة المستهلكين في العلامة التجارية الأصلية المسجلة مسبقاً لدى المديرية العامة للملكية الفكرية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يتسبب في خسائر مادية للمستهلكين الذين يتعرضون للخداع، مما يستلزم توفير حماية قانونية للمستهلكين

والمنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الفقهي التجريبي مع مقارنة سوسولوجية. يستخدم هذا البحث مصدرين، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تم الحصول على البيانات الأولية من المقابلات والوثائق المتعلقة بوحدة حماية المستهلك في مالانج وستة مستهلكين. والغرض من هذا البحث هو معرفة جهود وعقبات وحدة حماية المستهلك في مالانج في زيادة وعي المستهلكين في إجراءات مخالفات التمر

شير نتائج هذه الدراسة إلى أن الحماية القانونية للمستهلكين من انتهاكات تقليد العلامات التجارية. تتمثل في أن المستهلكين يمكنهم إبلاغ وكالة تسوية منازعات المستهلكين. وقد بذلت وحدة حماية المستهلك في مالانج جهوداً لحماية المستهلكين مثل التنشئة الاجتماعية والإشراف، وتلقي الشكاوى والشكاوى من المستهلكين، والتعاون مع منظمة عبر الإدارات أو عبر المنظمات الإقليمية (المنظمة عبر الإقليمية)، ولجنة الإشراف على المنافسة التجارية والمدير العام لحقوق الملكية الفكرية. ومع ذلك، فإنها لا تزال تواجه عقبات في توفير الحماية القمعية للمستهلكين بسبب محدودية سلطتها في الإجراءات القانونية، والتي لا يمكنها سوى التوسط في النزاعات وتوفير التثقيف والتوعية الاجتماعية. مطالبة الجهات التجارية بعدم صنع منتجات مخالفة حتى يحصل المستهلكون على حقهم في الراحة والأمان. تشمل قضايا تقليد العلامات التجارية أيضاً مؤسسات أخرى مثل المديرية العامة للملكية الفكرية أو الشرطة، ونقص الوعي والبلاغات من المستهلكين، وقيود الموارد البشرية والميزانيات الضئيلة بالإضافة إلى العقبات الخارجية من الجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة والصغيرة والمتوسطة التي تجعل الاتحاد متردداً في اتخاذ إجراءات لاعتبارات اجتماعية واقتصادية

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Persaingan dalam berusaha yang semakin maju, sangat penting bagi pengusaha untuk memberi merek pada barang dagangannya yang bertujuan untuk membedakan dirinya dan produk yang dimiliki oleh pedagang lainnya. Penggunaan merek mempunyai kelebihan lainnya, seperti sebagai lambang, standar mutu, dan dapat menembus segala jenis pasar, dan dapat diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan yang lebih besar.<sup>1</sup>

Barang yang mempunyai merek akan menjadi identitas yang mudah dikenal dikalangan Masyarakat, yang menjadi asset bagi Perusahaan dan akan menjadi harapan baik oleh produsen atau pemilik merek. Produk yang dapat diterima dan dikenal oleh Masyarakat luas dapat menimbulkan para competitor yang beritikad tidak baik untuk melakukan persaingan tidak sehat dengan cara peniruan dan pembajakan ataupun dengan cara pemalsuan produk bermerek dengan mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat. Ketika orang sudah memulai membuat “Tanda” buaatannya itu dengan kata atau symbol yang memberikan identifikasi pembuatannya. Tanda seperti itu, tidak lebih dari nama pembuatannya, telah ditemukan pada barang dari

---

<sup>1</sup> Henry Suhardja, “Jurnal Lex Specialis,” *Jurnal Lex Specialis* 4, no. 1 (2023): 115–23, <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jlsp/article/view/34681/0>.

Cina, India, Persia, Mesir, Roma, Yunani, dan lainnya sekitar 4.000 tahun yang lalu. Tujuan tanda tersebut adalah:

1. Pertama-tama merupakan iklan bagi pembuat
2. Kemudian menghindari sengketa tentang siapa pembuatnya
3. Tanda untuk menunjukkan kualitasnya

Berdasarkan pendapat ini, dapat diketahui bahwa merek berfungsi sebagai lambang dagangan, kualitas barang dan untuk membedakan produk dagangan yang lainnya yang beredar dipasaran.

Persaingan dagang semakin besar sehingga mendorong orang lain untuk melakukan perdagangan dengan jalan pintas (*free riding*) terhadap merek terkenal. Tindakan *free riding* merupakan Tindakan yang berusaha untuk membuat, meniru, dan menyamai suatu merek barang atau jasa untuk menumpang keterkenalan suatu merek. Tindakan ini yang disebut sebagai pemalsuan merek dengan menggunakan merek dari pihak lain secara melawan hukum. Pemalsuan merek dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek sesungguhnya seperti menurunnya omset dan reputasi, serta tuntutan dari konsumen yang merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan merek aslinya.

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam hukum yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis

yang tidak adil.<sup>2</sup> Salah satu bentuk pelanggaran yang sering terjadi adalah "pemalsuan merek" yaitu tindakan yang dilakukan oleh suatu merek untuk mengelabui konsumen dengan cara menyamarkan identitas produk agar tampak seperti produk merek lain yang sudah dikenal.<sup>3</sup> Pemalsuan merek sering diartikan merupakan Tindakan yang mencoba meraih keuntungan melalui jalan pintas dengan segala cara dan dalih melanggar etika, bisnis, norma kesusilaan ataupun hukum.<sup>4</sup>

Dalam konteks ini, pada Maret 2024 merek Hamlin diduga melakukan pelanggaran pemalsuan merek terhadap merek Rhodey. merek Hamlin terjerat dalam isu pemalsuan produk yang mengemuka. Isu ini berawal dari penayangan seorang vlogger kecantikan bernama Arianti di platform media sosial TikTok, yang membagikan pengalamannya dalam membeli sleeve laptop dari merek Hamlin. Video tersebut kemudian menyebar luas melalui berbagai media sosial seperti Twitter dan X. Beberapa waktu setelah pembelian, Arianti mengalami kejadian dimana stempel logo Hamlin pada sleeve laptop yang dibelinya lepas. Kejadian ini menimbulkan kecurigaan Arianti bahwa ada stempel merek lain yang ditempelkan secara sengaja dibalik stempel logo Hamlin. Untuk

---

<sup>2</sup> Luh Widya Saraswati, Susilowati Suparto, and Elisatris Gultom, "Consumer Protection Against Increased Increase in Prices of Goods Due To the Covid-19 Pandemic Linked To Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection," *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran* 4, no. 1 (2022): 73–93, <https://doi.org/10.23920/jphp>.

<sup>3</sup> Evani Harifaningsih, "Kasus Merek Dominasi Perkara HaKI, Bisnis Indonesia", Mei 2009. Hal 10 11 Ibid .," 1999, 17–51.

<sup>4</sup> Sunny Shafreeza Dio, "Tanggung Gugat Produsen Pemilik Produk Yang Melakukan Pemboncengan Reputasi (Passing Off)", Skripsi Perpustakaan Universitas Airlangga: 21 <https://repository.unair.ac.id/13779/11/11.%20Bab%202.pdf>

memastikan hal ini, Arianti melakukan penelusuran harga produk yang asli dari merek tersebut, dan ternyata harga produk asli tersebut jauh lebih murah daripada harga yang dibayarinya saat membeli produk Hamlin. Insiden ini memicu gelombang komentar negatif dari netizen, yang akhirnya mendorong pihak Hamlin untuk memberikan klarifikasi bahwa kesalahan produksi telah terjadi pada produk mereka. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang dampak negatif bagi konsumen, yang mungkin akan salah mengerti dan menganggap produk Hamlin adalah produk asli dari Rhodey.

Permasalahan serupa juga terjadi pada seorang public figure bernama Shella Saukia yang mempunyai merek hijab SS dituding memanipulasi produk hijabnya dari sebuah merek lain. Diduga menutupi logo sebuah brand hijab dan menempelnya dengan logo brand nya sendiri. Seorang pengguna Tiktok dengan akun @/aspj23071023 mencoba membuktikan dengan membedah hijab milik SS. Terbukti, hijab tersebut diambil dari brand Umama yang kemudian logonya dibordir ulang menggunakan logo SS. Selain itu, ia juga menutupinya dengan manik-manik. SS juga melipatgandakan harga hijab, harga hijab Umama dibandrol sekitar Rp20 ribuan, kemudian SS menjual hingga Rp200 ribuan.

Berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat ketentuan yang menekankan pentingnya transparansi

dan kejelasan informasi mengenai produk yang dijual.<sup>5</sup> Ketentuan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya penipuan dan memastikan bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang akurat. Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa: “Perlindungan Konsumen merupakan segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.<sup>6</sup>

Penelitian menurut Hanny Hafiar 2024, bahwa isu pemalsuan produk yang melibatkan Brand Hamlin telah mengganggu citra dan reputasi merek tersebut secara signifikan.<sup>7</sup> Respons yang kurang efektif dari Brand Hamlin terhadap isu ini telah memperburuk situasi dan meningkatkan keraguan serta ketidakpercayaan publik terhadap merek tersebut.<sup>8</sup>

Penelitian menurut Pradipa Saraswati dkk, bahwa pihak Rhodey tentu mendapatkan perlindungan hukum seperti yang ditetapkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan apabila pihak Rhodey menggugat pihak Hamlin. Perlindungan tersebut diantaranya ialah dalam Pasal

---

<sup>5</sup> R Nababan, M Anggusti, and S L Sirait, "Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi Laut Menurut Undang", *Nommensen Journal of*, No.02 (2021): 12–23, <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/opinion/article/view/206%>.

<sup>6</sup> Situmorang Anastasia, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Berupa Annual Report yang Menyesatkan”, *Hangoluan Law Review*, No.2(2022), 283 <https://hlr.unja.ac.id/index.php/hlr/article/view/18>

<sup>7</sup> Yuni Nurjanah, “Implementasi Iso 9001:2015 Di Fakultas Teknik Universitas Diponegoro,” *Jurnal Pustaka Ilmiah* 2, no. 2 (2016): 231–39. <https://jurnal.uns.ac.id/jurnalpustakailmiah/article/view/33646>

<sup>8</sup> Alifia Sherli, “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Erving Goffman”, *Jurnal Universitas Padjadjaran*, No.1(2024), <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i2.88>

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.<sup>9</sup> Dengan adanya undang-undang tersebut menandakan apabila kekayaan intelektual sangat didukung.<sup>10</sup> selain undang-undang merek, perlindungan dalam kasus tersebut menjadi tanggung jawab DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual), yang mana DJKI secara aktif turut serta untuk melindungi hak-hak intelektual, dengan melakukan penyuluhan hukum, menjalankan putusan pengadilan, serta melakukan pidana terhadap pelaku pelanggaran hak intelektual.<sup>11</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas yang membahas kasus tersebut dari peraturan Hukum Kekayaan Intelektual dan Analisis media Monitoring. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian tentang perlindungan konsumen dari tindakan hukum untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan keadilan dalam dunia bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam tentang implikasi hukum dari pelanggaran pemalsuan merek serta dampaknya terhadap perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

---

<sup>9</sup> Atmoko Dwi, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”, *Jurnal Hukum Sasana*, No. 1 (2019), 76 <file:///C:/Users/user/Downloads/garuda1682410.pdf>

<sup>10</sup> Abdul Latif Mahfuz, “Problematik Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Di Indonesia,” *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan*, no. 2 (2020): 47, <https://doi.org/10.32502/khdk.v1i2.2592>.

<sup>11</sup> Annafi Pradipa, Putri Bunga, “Regulasi Perlindungan HKI Dalam Pelanggaran Passing Off Oleh Merek Hamlin Terhadap Merek Rodey”, *Jurnal Of Exploratory Dynamic Problems*, No. 3 (2024), 86 <https://edp.web.id/index.php/edp/article/view/80/95>

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pada yang sudah dijelaskan dalam latar belakang serta Batasan-batasan dari persoalan yang dibahas, maka peneliti menarik beberapa rumusan masalah diantaranya:

1. Bagaimana upaya UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam mengatasi terjadinya pelanggaran pemalsuan merek sebagai bentuk perlindungan konsumen?
2. Bagaimana hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam memberikan perlindungan hukum represif kepada konsumen dari Tindakan pemalsuan merek?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan terkait masalah ini dilaksanakan sebab memiliki beberapa tujuan sebagaimana disebutkan berikut ini:

1. Untuk menjelaskan upaya UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam mengatasi terjadinya pelanggaran pemalsuan merek sebagai bentuk perlindungan konsumen
2. Untuk menjelaskan hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam memberikan perlindungan hukum represif kepada konsumen atas Tindakan pemalsuan merek.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan untuk masyarakat. Adapun kegunaan penelitian yang akan peneliti uraikan terdapat dua kegunaan, yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis. Berikut penjelasan masing-masing kegunaan penelitian:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan penelitian ini jika dilihat dari segi keilmuan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bahan edukasi tambahan dalam disiplin keilmuan khususnya mengenai hukum perlindungan konsumen. Diharapkan dari hasil penelitian ini akan dijadikan bahan memperkaya khasanah khususnya dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah, serta menambah literasi dan referensi dunia Pustaka.

##### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang komprehensif mengenai dampak pelanggaran pemalsuan merek yang dilakukan oleh pengusaha.
- b. Penelitian dapat memberikan Gambaran bagi pelaku usaha atas Tindakan pemalsuan merek lainnya dalam pentingnya memahami dan dapat bersaing dengan sehat sehingga dimasa depan tidak terjadi pelanggaran lagi.
- c. Penelitian ini dapat memberikan Gambaran bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam berbelanja karena konsumen menjadi objek

dalam pemasaran produk barang/jasa dimasa kini atau masa yang akan datang sehingga dapat menambah kepercayaan konsumen dalam memilih barang/jasa.

- d. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah dalam pembuatan undang-undang yang lebih spesifik mengenai Tindakan pemalsuan merek.

## **E. Definisi Operasional**

Dalam penulisan judul skripsi ini, terdapat kata-kata yang perlu diperiksa secara rinci agar lebih mudah untuk dipahami, yaitu:

### **1. Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 4 Tahun 2019, Perlindungan Konsumen merupakan segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>12</sup> Konsumen memiliki posisi yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha, selain itu melindungi konsumen sama dengan melindungi negara republic Indonesia, konsumen harus dilindungi agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti halnya mendapat dampak negative dari penggunaan teknologi, melindungi konsumen adalah tujuan menjadikan manusia-manusia yang sehat baik jasmani dan Rohani sebagai

---

<sup>12</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 4 Tahun 2019 Tentang Badan Perelindungan Konsumen Nasional, hal 2

pemegang tongkat estafet Pembangunan, juga dapat menjaga keseimbangan Pembangunan nasional.<sup>13</sup>

## 2. Pemalsuan merek

Secara singkat, dalam pemalsuan merek merupakan Tindakan menggunakan merek, pemboncengan reputasi dan citra terhadap sebuah merek yang terdahulu atau yang sudah terkenal. Ini bertujuan untuk mengecoh dan membuat bingung Masyarakat umum yang mengakibatkan public salah pilih barang yang seharusnya, bagi pelaku pemalsuan merek akan mendapat keuntungan sedangkan pihak yang diboncengi mengalami kerugian.

Makna dari pemalsuan merek yaitu suatu Upaya/Tindakan/perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang mengarah pada adanya persaingan usaha atau pelanggaran dalam bidang hak atas kekayaan intelektual yang melakukan pemboncengan reputasi citra terhadap sebuah merek yang sudah dahulu atau lebih terkenal. Tindakan tersebut sudah jelas merugikan produsen yang reputasi yang baik dan konsumen pula, sehingga produsen dan konsumen yang dirugikan dapat dilindungi kepentingannya melalui sisten hukum nasional, maka Tindakan tersebut dapat disebut sebagai pelanggaran hukum. Tindakan pemalsuan merek dikategorikan sebagai Tindakan

---

<sup>13</sup> Musataklima, *Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Malang: Maknawi:2024), 23

atau perbuatan curang yang melanggar KUHPidana pasal 382 bis Bab XXV yang berbunyi:

“Barangsiapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seseorang tertentu, diancam, jika perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama 1 tahun 4 bulan atau denda paling banyak Rp.13.500.000,00”

Pasal 383 bis KUHP merupakan alat hukum untuk menjerat pelaku kecurangan bisnis yang merugikan pesaing melalui Tindakan menyesatkan. Meski sanksinya terbilang ringan, pasal ini dapat dikombinasikan dengan UU lain untuk memperberat hukuman, terutama dalam kasus pemalsuan merek atau penipuan konsumen berskala besar.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian dengan judul Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek (Studi di UPT Perlindungan Konsumen Malang) adalah sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab I dalam penelitian ini berisikan pendahuluan. Didalam pendahuluan terdapat beberapa poin penjelasan diantaranya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah disini akan menjelaskan secara umum Gambaran dari penjelasan yang dibahas dalam penelitian ini. rumusan masalah dalam penelitian ini berjumlah dua. Tujuan penelitian disini akan mengikuti berapa

jumlah dari rumusan masalah. Manfaat dari penelitian ini juga ada dia yaitu manfaat bagi penulis dan pembaca.

## **Bab II: Tinjauan Pustaka**

Bab II dalam penelitian ini adalah tinjauan Pustaka. Tinjauan Pustaka berisi ulasan dan analisis kritis terhadap literatur atau sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian. Didalam tinjauan Pustaka akan membahas tentang kajian teori dan penelitian terdahulu.

## **Bab III: Metode Penelitian**

Bab III dalam penelitian ini adalah metode penelitian. Metode penelitian ini terbagi menjadi beberapa sub bab yaitu: Jenis penelitian, pendekatan penelitian, Lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data. Jenis penelitian disini menggunakan penelitian yuridis empiris. Pendekatan penelitian menggunakan yuridis sosiologis. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Metode pengolahan data dilakukan dengan pemeriksaan data (editing), klasifikasi (classifying), verifikasi (verifying), analisis data (analysing) dan Kesimpulan (concluding).

## **Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab IV dalam penelitian ini adalah hasil dari penelitian dan pembahasan. Bagian ini akan mengulas dan menjawab apa yang ada dalam

rumusan masalah. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek.

### **Bab V: Penutup**

Bab V dalam penelitian ini adalah penutup. Dalam bab ini merupakan akhir dari penelitian. Didalam penutup akan berisi tentang Kesimpulan dan saran. Kesimpulan disini adalah poin-poin penting hasil penjabaran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan disini akan memuat jawaban singkat dari rumusan masalah yang telah dicantumkan dalam Bab I. saran dalam penelitian ini ditujukan bagi pihak yang berkepentingan dan juga peneliti selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah bagian yang menjelaskan dan memberikan paparan data guna menemukan perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya dan juga akan digunakan sebagai bahan pertimbangan sekaligus dasar dalam penelitian yang akan diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti cantumkan, yaitu:

1. Tesis yang dilakukan oleh Septian Nur Fahmi S.H pada tahun 2018, dengan judul Perbuatan Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Terhadap Merek Dagang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normative, tipe penelitian ini berbasis kepustakaan yang fokusnya adalah analisis bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Permasalahannya merek “Sinar Laut” yang mirip dengan merek terkenal, pengadilan menjatuhkan hukuman pidana dan denda kepada pelaku serta memerintahkan merek untuk menghentikan praktik tersebut. Hasilnya, Pertama perbuatan pemboncengan reputasi (*Passing Off*) adalah perbuatan melanggar hukum. Kedua, pertanggungjawaban pelaku perbuatan pemboncengan reputasi (*Passing Off*) adalah liability based on fault (prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan). Ketiga, pengaturan ke depan (ius constituendum) tentang *Passing off* di Indonesia harus diatur di UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan

Indikasi Geografis secara lebih jelas lagi terkait pengaturan definisi merek terkenal, pengaturan kriteria merek terkenal yang masih multiinterpretatif, diperjelas pedoman bukti-bukti untuk menunjukkan keterkenalan suatu merek dan harus dilengkapi dengan elemen-elemen *passing off*.<sup>14</sup>

2. Jurnal yang dilakukan oleh Tomi Khoyron Nasir dan Imam Haryanto pada tahun 2021, dengan judul Perlindungan Hukum Merek Terkenal Aqua Terhadap Pelanggaran Mereknya Selama Kurun Tahun 2017 Sampai Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normative karena menggunakan data sekunder yang berasal dari bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Permasalahannya, Aqua yang terdampak dalam pemasaran produksinya dimana produk lain telah melakukan perbuatan *passing off* dari merek terkenal Aqua sehingga terjadilah pelanggaran merek tersebut dalam bentuk pelanggaran ketertiban umum. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa peraturan merek yang terbaru dapat berkontribusi menyelesaikan permasalahan terhadap pelanggaran merek selama Pandemi Covid-19.<sup>15</sup>
3. Jurnal yang dilakukan oleh Adisty Padmawati Moha, Gunardie Lie, dan Moody Rizqy Syailendra pada tahun 2024, dengan judul Perlindungan

---

<sup>14</sup> Fahmi Nur Septian, “Perbuatan Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Terhadap Merek Dagang”, (Tesis Universitas Jember, 2018), 10  
<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/91035/SEPTIAN%20NUR%20FAHMI%20S.H%20-%20160720101005-bak.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>15</sup> Nasir Khoyron Tomi dan Haryanto Imam, “Perlindungan Merek Terkenal Aqua Terhadap Pelanggaran Mereknya Selama Kurun Tahun 2017 Sampai Masa Pandemi Covid-19”, Widya Rudika Jurnal Hukum, No.1(2021), 7 <file:///C:/Users/user/Downloads/2135-6209-1-PB.pdf>

Hukum Penggunaan Hak Atas Merek Pierre Cardin (Studi Kasus Putusan No.15/Pdt.Sus.Merek/2015/PN.Niaga.Jkt.Pst). metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian normative digunakan untuk meneliti masalah dengan melihat hukum, kebijakan, norma, atau prinsip-prinsip yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat No.15/Pdt.Sus.Merek/2015/PN.Niaga.Jkt.Pst, Jo Putusan Kasasi No. 557K/PDT.SUS-HKI/2015 dan Putusan No. 49PK/Pdt.Sus-HKI/2018 mengenai sengketa merek Pierre Cardin tidak sesuai dengan undang-undang, Khususnya Pasal 68 dan 76 Ayat (1) UU Merek lama dan Pasal 76 dan 83 Ayat (1) UU Merek Dagang Baru.<sup>16</sup>

4. Penelitian oleh Alifia Sherli dan Septyani tahun 2024, yang berjudul “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Evring Goffman”. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, pemantauan media social untuk menganalisis perkembangan diskusi merek hamlin, termasuk spesifik, opini positif dan negatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa isu pemalsuan produk yang melibatkan Brand Hamlin telah mengganggu citra dan reputasi merek tersebut secara signifikan. Respons yang kurang efektif dari Brand Hamlin terhadap isu ini telah memperburuk

---

<sup>16</sup> Padmavati Adisty, Lie Gunardi, Rizky Moody, “Perlindungan Hukum Penggunaan Hak Atas Merek Pierre Cardin (Studi Kasus Putusan No.15/Pdt.Sus.Merek/2015/PN.Niaga.Jkt.Pst)”, No.5 (2024), 128 <https://dinastirev.org/JIHP/article/view/2224/1352>

situasi dan meningkatkan keraguan serta ketidakpercayaan publik terhadap merek tersebut.<sup>17</sup>

5. Penelitian oleh Pradipta Saraswati Annafi, Bunga Aldila Putri dkk tahun 2024. Dengan judul “Regulasi Perlindungan HKI Dalam Pelanggaran Passing Off oleh Merek Hamlin Terhadap Merek Rhodey”. metode penelitian yuridis normative dan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian bahwa pihak Rhodey tentu mendapatkan perlindungan hukum seperti yang ditetapkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan apabila pihak Rhodey menggugat pihak Hamlin. Perlindungan tersebut diantaranya ialah dalam Pasal Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.<sup>18</sup>
6. Penelitian oleh Annisa Lissana, Rianda Dirkareshza tahun 2023. Berjudul “Passing Off Dalam Persaingan Usaha Yang Menimbulkan Pelanggaran Hak Atas Merek”. Metode penelitian normatif yang kemudian data-data dikumpulkan melalui acuan dari peraturan perundang-undangan serta pendekatan kasus (case approach). Hasil penelitian PT PIM bukan merupakan pihak terafiliasi dan/atau anak perusahaan PT Bank Mandiri. Perbuatan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha PT PIM tidak beriktikad baik dalam menjalankan usahanya. Akibatnya, berdasarkan Pasal 21 ayat (1) jo ayat (3) UU

---

<sup>17</sup> Sherli Alifia, “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Erving Goffman”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora*, No. 2 (2024), 29 <https://journal.appisi.or.id/index.php/wissen/article/view/88/116>

<sup>18</sup> Annafi Pradipta, Putri Bunga, “Regulasi Perlindungan HKI Dalam Pelanggaran Passing Off Oleh Merek Hamlin Terhadap Merek Rodey”, *Journal Of Exploratory Dynamic Problems*, No. 3 (2024), 86 <https://edp.web.id/index.php/edp/article/view/80/95>

MIGlogo PT PIM dapat ditolak ataupun tidak dapat didaftarkan. PT Bank Mandiri dapat melakukan tindakan hukum berupa gugatan ganti rugi seperti yang terdapat dalam Pasal 83 ayat (1) huruf a dan b UU MIG serta ketentuan pidana yang tertulis dalam Pasal 100 UU MIG terhadap PT PIM.<sup>19</sup>

7. Penelitian oleh Wiwik Sri Widiarti, tahun 2019. Berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Merek Dagang”. Metode Penelitian ini adalah deskriptif analitik dan data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian disimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen pengguna produk merek adalah penting, karena banyaknya kasus-kasus pelanggaran merek yang ditemukan di masyarakat penegakan hukum harus benar-benar dilaksanakan dan sanksi bagi konsumen yang dirugikan haknya. oleh produsen sebagai pemilik merek yang diberikan oleh Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual. Diferensiasi pada tanda, warna merek suatu produk dengan produk sejenis lainnya dapat dilihat dan dirasakan oleh konsumen yang sudah terbiasa dan terikat menggunakan merek tertentu.<sup>20</sup>
8. Penelitian oleh Fevrie Rizqie dan Saefudin Junior, tahun 2023. Berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi Yang Tidak Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

---

<sup>19</sup> Aliyya Annisa, Dirkareshza Rianda, “Passing Off Dalam Persaingan Usaha Yang Menimbulkan Pelanggaran Hak Atas Merek”, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, No.2(2023),172 <https://ojs.uma.ac.id/index.php/gakkum/article/view/10050/5370>

<sup>20</sup> Widiarti Wiwik, “Perlindungan Konsumen Terhadap Merek Dagang”, *Humano Journal*, No. 1 (2019),64 <file:///C:/Users/user/Downloads/VOL+3+NO+1+2019+KE+5.pdf>

Perlindungan Konsumen”. Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normative. Hasil penelitian Pelaku usaha melanggar ketentuan tersebut maka pelaku usaha dapat di kenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 19 ayat (1), Pasal 60 ayat (2), Pasal 61, Pasal 62 ayat (1), dan Pasal 63 huruf (a, c, e, dan f) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.<sup>21</sup>

9. Penelitian oleh Wahyu Sinom Tampubalon, tahun 2019. Berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan yuridis normative. Hasil penelitian ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang, sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi

---

<sup>21</sup> Junior Fevrie, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi Yang Tidak Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Law Studies*, No. 1 (2023):255 <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3287294>

kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>22</sup>

10. Penelitian oleh Rani Eva Dewi, tahun 2020. Berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kejahatan Pemalsuan Merek Dengan Cara Passing Off Yang Dilakukan Pengusaha Atas Merek Terkenal”. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normative yang mengutamakan data kepustakaan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen atas Tindakan passing off yang dilakukan oleh pengusaha, yaitu: a) Perlindungan konsumen dari barang tiruan, artinya, konsumen diberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Jadi para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak pelaku usaha, b) Perlindungan atas tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen yang membeli barang tiruan, artinya tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian.<sup>23</sup>

#### Tabel 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

---

<sup>22</sup> Tampubolon Wahyu, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”, *Universitas Labuhanbatu*, No. 2 (2019): 98 <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/advokasi/article/view/1310/1303>

<sup>23</sup> Rani Eva Dewi, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kejahatan Pemalsuan Merek dengan Cara Passing Off Yang Dilakukan Pengusaha Atas Merek Terkenal”(Diploma Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM, 2020), <http://digilib.iblam.ac.id/id/eprint/281/>

No	Nama, Judul Penelitian, Metode yang Digunakan	Persamaan	Perbedaan
1	Septian Nur Fahmi S.H, “Perbuatan Pemboncengan Reputasi ( <i>Passing Off</i> ) Terhadap Merek Dagang.” Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normative	Perbuatan pemboncengan reputasi ( <i>Passing Off</i> ) adalah perbuatan melanggar hukum.	Penelitian ini akan membahas tentang konsekuensi dari perbuatan pemboncengan reputasi ( <i>Passing Off</i> )
2	Tomi Khoyron Nasir dan Imam Haryanto “Perlindungan Hukum Merek Terkenal Aqua Terhadap Pelanggaran Mereknya Selama Kurun Tahun 2017 Sampai Masa Pandemi Covid-19.” Metode pendekatan yuridis normative.	Fokus pada peraturan merek yang terbaru dapat berkontribusi menyelesaikan permasalahan terhadap pelanggaran merek selama Pandemi Covid-19	Penelitian ini terfokus pada perlindungan konsumen atas Tindakan pelanggaran Passing Off.

3.	<p>Adisty Padmawati Moha, Gunardie Lie, dan Moody Rizky Syailendra. “Perlindungan Hukum Penggunaan Hak Atas Merek Pierre Cardin (Studi Kasus Putusan No.15/Pdt.Sus.Merek. 2015/PN/Niaga.Jkt)” Metode penelitian adalah normative.</p>	<p>Perlindungan hukum kepada pemegang hak merek, tentang merek Pierre Cardin</p>	<p>Perlindungan hukum kepada konsumen, yang hak nya dilanggar oleh pelaku usaha pelanggar <i>passing off</i> dan dampak bagi konsumen dari pelanggaran <i>passing off</i>.</p>
4.	<p>Alifia Sherli dan Septyani tahun 2024, yang berjudul “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Eving Goffman”. Metode penelitian menggunakan</p>	<p>Media monitoring untuk memantau dan menganalisis pembaruan terkait percakapan terhadap brand Hamlin, termasuk spesifik, opini positif dan opini negatif yang dapat berpengaruh</p>	<p>Dampak dari passing off kepada konsumen dan pendapat konsumen dari pembelian produk passing off.</p>

	pendekatan kualitatif deskriptif.	terhadap reputasi dan kepercayaan Masyarakat.	
5.	Pradipta Saraswati Annafi, Bunga Aldila Putri dkk . “Regulasi Perlindungan HKI Dalam Pelanggaran Passing Off oleh Merek Hamlin Terhadap Merek Rhodey ”. Metode penelitian yuridis normative dan pendekatan perundang-undangan.	Pelanggaran yang dilakukan oleh suatu pengusaha terhadap pelanggaran merek demi mendapatkan sebuah keuntungan dalam memperlancar suatu usaha perdagangan.	Perlindungan untuk konsumen dari pelanggaran oleh pengusaha demi mendapat keuntungan usaha.
6.	Annisa Lissana, Rianda Dirkareshza. “Passing Off Dalam Persaingan Usaha Yang Menimbulkan	Fokuskan pada tindakan dalam persaingan usaha yang terjadi ketika ada pihak tidak bertanggung	Penelitian ini lebih tertuju pada kondisi dilapangan yang nantinya memerlukan respon dari para konsumen

	<p>Pelanggaran Hak Atas Merek”.</p> <p>Metode penelitian normatif</p>	<p>jawab yang memanfaatkan suatu merek yang sudah memiliki reputasi dan terkenal milik pihak lain dengan melakukan pendomplengan dan/atau pemboncengan yang disebut dengan istilah Passing Off.</p>	<p>yang telah dibohongi.</p>
7.	<p>Wiwik Sri Widiarti, “Perlindungan Konsumen Terhadap Merek Dagang”.</p> <p>Metode Penelitian ini adalah deskriptif analitik dan data yang</p>	<p>Manfaat dan fungsi bagi konsumen, dan juga produsen itu sendiri sebagai produksi barang dan atau jasa.</p>	<p>Membahas tentang pengetahuan konsumen dalam mengonsumsi barang yang diinginkan.</p>

	terkumpul dianalisis secara kualitatif		
8.	Fevrie Rizqie dan Saefudin. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi Yang Tidak Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normative.	Aturan dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Bagaimana sanksi yang dapat diancamkan terhadap pelaku usaha yang tidak melakukan kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.	Penelitian ini akan mendorong dalam pembuatan peraturan yang spesifik tentang pelanggaran passing off dalam melindungi konsumen.
9.	Wahyu Sinom Tampubalon,	Regulasi dan aturan yang	Penelitian ini juga meneliti regulasi

	<p>“Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan yuridis normative.</p>	<p>mengatur terhadap transaksi pembelian barang melalui Media Jual Beli Online, dimana banyak dampak kerugian ataupun modus penipuan yang akan menjerat atau menimpa konsumen dalam transaksi melalui online.</p>	<p>peraturan yang ada dengan fakta dilapangan.</p>
10.	<p>Rani Eva Dewi, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kejahatan Pemalsuan Merek Dengan Cara Passing Off Yang Dilakukan Pengusaha</p>	<p>Fokus pada penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan</p>	<p>Kecurangan pengusaha yang akan mempengaruhi loyalitas konsumen.</p>

	Atas Merek Terkenal”. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normative	passing off atas merek terkenal.	
--	--	----------------------------------	--

## B. Kerangka Teori

### 1. Perlindungan Hukum

Menurut Philipus M.Hadjon, perlindungan hukum merupakan suatu Tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum. Hadjon juga membedakan perlindungan hukum menjadi 2 bentuk utama yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.<sup>24</sup> Perlindungan hukum preventif dapat diartikan sebagai pencegahan sebelum terjadinya pelanggaran atau sengketa. Perlindungan hukum represif merupakan tindak pemerintah yang diberikan setelah terjadinya pelanggaran atau sengketa, biasanya melalui mekanisme penyelesaian sengketa. Perlindungan hukum preventif pemerintah akan terdorong untuk lebih hati-hati dalam mengambil Keputusan.

Bentuk perlindungan hukum preventif tertulis dalam peraturan perundang-undangan yang berguna untuk mencegah terjadinya suatu

<sup>24</sup> Ulfa Mutiara, Slamet, Arifudin, “Optimalisasi Perlindungan Konsumen Dalam Melakukan Komplain Atas Produk Barang Cacat Melalui Self Regulation Pada Transaksi Pembelian Secara Online PT. Bukalapak”, *Jurisdictie*, No. 3(2024):70 <https://doi.org/10.34005/jhj.v6i1.166>

pelanggaran dan untuk memberikan Batasan-batasan dalam melakukan kewajiban. Perlindungan hukum represif yang berfungsi untuk menyelesaikan sengketa yang muncul diakibatkan oleh suatu pelanggaran. Perlindungan ini merupakan perlindungan akhir yang berupa pemberian sanksi terhadap pelanggaran yang dilakuakn.

## 2. Perlindungan Konsumen

### a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Perlindungan konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 1 merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Peraturan ini berlaku untuk seluruh wilayah Indonesia dan mengatur hak dan kewajiban konsumen serta para pelaku usaha.

- 1) Tujuan perlindungan konsumen, sebagaimana yang dimaksud dalam ketentuan Pasal 3 Undnag-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu: Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/ atau jasa
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

- 4) Menciptakan system yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, Kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

b. Hak-Hak Konsumen

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 telah menetapkan beberapa hak konsumen, diantaranya:

- 1) Hak atas kenyamanan dan keamanan, dan keselamatan dan mengonsumsi barang dan/atau jasa
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undnagan lainnya.

c. Kewajiban Konsumen

Kewajiban konsumen mempunyai beberapa prespektif yaitu:

1) Ius Constitutum Indonesia

Pada pasal 5 menetapkan beberapa kewajiban untuk konsumen yaitu, membaca dan mengikuti prosedur yang berlaku dalam pemakaian dan manfaat barang/jasa demi keamanan dan keselamatan, memiliki niat baik dalam setiap transaksi, membayar dengan harga yang sesuai, dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dengan baik.

2) Perspektif islam

Prinsip konsumsi dan kewajiban-kewajiban moral konsumen harus dijadikan fondasi dalam melakukan transaksi produk yang akan dikonsumsi. Etika konsumsi menurut moral islam berpedoman pada al-quran dan hadist.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Setiap penelitian selalu diharapkan pada suatu penyelesaian yang paling akurat, yang mejadi tujuan dari penelitian tersebut. Dalam mencapai tujuan penelitian tersebut diperlukan suatu metode. Penelitian merupakan suatu karya ilmiah yang berkaitan dengan analisis secara sistematis yang menghasilkan suatu produk atau analisis secara sistematis yang menghasilkan suatu produk atau analisis ilmiah ataupun argumentasi baru. Dalam penelitian hukum ialah suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan oleh sebuah metode, sistematika, serta permikiran khusus yang bertujuan untuk mempelajari gejala hukum tertentu dengan metode Analisa.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yuridis empiris yaitu penelitian hukum yang titik fokusnya adalah pada perilaku Masyarakat.<sup>26</sup> Menurut Abdul Kadir Muhammad penelitian yuridis empiris adalah mengkaji sikap perilaku dalam Masyarakat sebagai gejala yuridis lewat ungkapan sikap nyata (*actual behavior*) yang dialami oleh Masyarakat.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pendekatan langsung dilapangan, mengumpulkan data primer melalui wawancara dan

---

<sup>25</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian hukum*, (Jakarta: PT Nireka Cipta,2004), 20

<sup>26</sup> Wiwik Sri, *Metode Penelitian Hukum*, (Yogyakarta: PT. Publika Global Media,2024),10

<sup>27</sup> Muhaimin,*Metode Penelitian Hukum*,(NTB: Mataram University Press, 2020) : 81.

dokumentasi dengan UPT Perlindungan Konsumen untuk menggali respon terhadap isu ini dimasyarakat.

## **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis merupakan pendekatan yang bertujuan mengkaji sebuah hukum dalam konteks sosial.<sup>28</sup>

Pengkajian tersebut dilakukan yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan hukum secara empiris yang telah menjadi titik tekan pada pendekatan yuridis sosiologis.<sup>29</sup> Pendekatan hukum yuridis sosiologis digunakan pada penelitian ini dengan melakukan wawancara kepada UPT Perlindungan Konsumen Malang. Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif karena data yang dikumpulkan bersifat kualitatif.<sup>30</sup>

## **C. Lokasi Penelitian**

Peneliti memilih Lokasi penelitian di UPT Perlindungan Konsumen Malang yang beralamat di Jl. Aries Munandar No.24, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119, Indonesia. Penelitian dilakukan dengan bertemu secara langsung dengan salah satu pegawai UPT Perlindungan Konsumen Malang.

---

<sup>28</sup> Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, (Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 2021) : 68.

<sup>29</sup> Suteki dkk, *Metode Penelitian Hukum*, (Depok: PT.Rajagrafindo Persada, 2018), 134

<sup>30</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta:Sinar Grafika,2016),98

Alasan peneliti memilih Lokasi penelitian ini berawal dari melihat beberapa postingan berita complain dari konsumen yang merasa ditipu dengan barang yang telah dibeli dengan harga yang berkali-kali lipat dari harga asli. Selain itu wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa konsumen Umama.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan penulis dalam menyusun penelitian ini adalah:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang harus bisa diperoleh dari fakta social yang terjadi dalam masyarakat. Data primer merupakan data utama yang digunakan untuk penelitian yuridis empiris.

Data primer dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Teknik purposive sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu.<sup>31</sup> Penelitian ini menggunakan kriteria yaitu konsumen yang pernah membeli hijab SS.

Tabel 2 Konsumen Yang Diwawancarai

<b>NO.</b>	<b>NAMA KONSUMEN YANG DIWAWANCARAI</b>
1.	Kak Fitria
2.	Kak Laira
3.	Kak Abidatur

---

<sup>31</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta:PT Rineka Cipta,2004), 78

4.	Kak Hasna
5.	Akun Tokonana
6.	Akun Jastip Tanah Abang

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan-bahan Pustaka (literature review).<sup>32</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, Undang-Undang, jurnal, serta publikasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan aspek pemahaman hukum.

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek, KUHP Pasal 482 tentang penipuan.

## E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini diantaranya:

### 1. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan tanya jawab secara langsung oleh peneliti dengan mewawancarai narasumber agar memperoleh

---

<sup>32</sup> Salsabila Anastasia, "Analisis Kejenuhan Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Secara Daring Di Kelas V Sekolah Dasar," *Angewandte Chemie International Edition*, no.1(2021):24. <https://proceedings2.upi.edu/index.php/semnaspgsdpwk/article/view/2096>

informasi.<sup>33</sup> Wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan peneliti secara semi struktur. Wawancara semi struktur merupakan gabungan dari wawancara tidak terstruktur dan terstruktur. Pertanyaan yang diajukan pada wawancara ini sebelumnya telah disusun, tetapi bisa berubah sesuai yang diinginkan informan. Pelaksanaan wawancara ini lebih bebas.

Wawancara ini dilakukan terhadap UPT Perlindungan Konsumen yang melakukan pengawasan terhadap kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk melindungi konsumen. Dengan metode wawancara langsung dengan narasumber dengan pertanyaan semi terstruktur agar data yang dikumpulkan lebih akurat dan lebih mudah dalam membandingkan data.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melibatkan pencarian, pengumpulan serta analisis berbagai jenis dokumen yang relevan terkait topik penelitian. Teknik pengumpulan data berfungsi sebagai informasi. Dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto complain konsumen hijab milik Shella Saukia dari media sosial.

### A. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data didalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif

---

<sup>33</sup> Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Harfa Creator,2023), 65

merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah dan juga menganalisis serta menyajikan data secara deskriptif.<sup>34</sup> Berikut beberapa tahap dan pengolahan data analisis deskriptif kualitatif menurut Miles dan Huberman yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal pokok, fokus pada hal yang penting serta mencari pola dan temanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang jelas bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari jika diperlukan.<sup>35</sup>

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian secara kualitatif bisa dilakukan dengan bentuk uraian secara singkat, hubungan anatar kategori, bagan, dan jenisnya. Dengan melakukan penyajian data maka akan mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kereja selanjutnya didasarkan apa yang telah dipahami.<sup>36</sup>

3. Kesimpulan (*Conclusion*)

Penyimpulan seluruh bahan hukum yang telah dikumpulkan dari teknik analisis data kualitatif kemudian ditelaah sesuai dengan objek yang diteliti untuk ditarik kesimpulan dari suatu permasalahan yang bersifat umum terhadap permasalahan konkrit yang dihadapi. Pada

---

<sup>34</sup> Muhajirin, Risnita, and Asrulla *Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian* (Aceh:Journal Genta Mulia,2024), 92.

<sup>35</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*,(Jakarta: PT Rineka Cipta,2004), 61

<sup>36</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta:Sinar Grafika,2016), 109

tahapan ini berisi tentang ringkasan dari kajian teori dan juga jawaban atas rumusan masalah yang telah dicantumkan pada penelitian.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta:Sinar Grafika,2016), 110

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang

Unit Pelaksanaan Teknisi Perlindungan Konsumen merupakan unit pelaksanaan teknis yang memiliki tugas melakukan pemantauan produk dan jasa beredar, serta mengadakan pemberdayaan terhadap konsumen dan pelaku usaha. UPT Perlindungan konsumen memiliki fungsi utama yaitu menjamin perlindungan Masyarakat sebagai konsumen dengan melakukan Upaya seperti melakukan pengawasan terhadap produk barang dan jasa serta menjamin hak-hak konsumen. Selain itu, bertanggung jawab untuk mematuhi peraturan yang ditetapkan dalam pendistribusian produk sehingga konsumen dapat melakukan transaksi dengan aman dan percaya diri.<sup>38</sup>

UPT Perlindungan Konsumen Malang beralamat di Jl. Aries Munandar No. 24, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang. Dasar pembentukan UPT Perlindungan Konsumen telah diatur sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, Penugasan Urusan Pemerintahan di Bidang Perdagangan Nomor 5 Kolom 4, Sub bab Standarisasi dan Penggunaan Perlindungan Konsumen, Penyelenggaraan Mutu barang dan memantau barang

---

<sup>38</sup> Nabilah Navaz, "Implementasi Pengawasan Hiegienitas Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Di Dinas Kesehatan dan UPT Perlindungan Konsumen Malang)", (etheses: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024), <http://etheses.uin-malang.ac.id/63375/1/200202110070.pdf>

dan/atau jasa yang beredar di seluruh kabupaten kota menjadi wewenang pemerintah daerah provinsi.((

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang mengatur tentang daerah berhak menentukan kebijakan daerah untuk pelaksanaan pemerintahan yang berada dibawah kewenangan daerah. Maka dari itu terbitlah Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang susunan organisasi dinas-dinas daerah provinsi Jawa Timur yang menetapkan untuk dibuatlah Unit Pelaksana Teknis dibawah naungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yaitu UPT Perlindungan Konsumen.

UPT Perlindungan Konsumen dapat beroperasi dalam lingkup memberikan pelatihan, konsultasi, bimbingan dan penegakan disiplin pegawai pada UPT Perlindungan Konsumen, penyelenggaraan konsep kegiatan perlindungan konsumen, pengendalian barang dan jasa yang beredar serta pengelolaan standart dalam rangka pelayanan kepada Masyarakat.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Diska Kurniawan, “Hasil wawancara dengan bagian UPT Perlindungan Konsumen Malang (22 April 2025).”

## **B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pemalsuan Merek Oleh Pelaku Usaha (Studi Di UPT Perlindungan Konsumen Malang)**

### **1. Upaya UPT Perlindungan Konsumen Malang Dalam Mengatasi Terjadinya Pelanggaran Pemalsuan Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen**

UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam melaksanakan pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga secara langsung sesuai dengan dasar hukum Permendag No.36 Tahun 2018 tentang pengawasan kegiatan perdagangan. Diatur pelaksanaan pengawasan atas seluruh kegiatan perdagangan oleh Menteri Perdagangan, termasuk pengawasannya dapat didelegasikan ke Direktur Jendral/Kepala Dinas di Daerah serta koordinasi dengan instansi teknis (Satgas, Bea dan Cukai). Pengawasan ini bertujuan untuk menjamin tertib niaga, keamanan, perlindungan konsumen dan pelaku usaha.

Dasar hukum pengawasan barang beredar dan /atau jasa oleh UPT Perlindungan Konsumen diatur dalam Permendag No. 69 Tahun 2018, fokus pada barang dan jasa yang beredar mulai dari produksi, distribusi, hingga diperdagangkan. Ketentuan pengawasan yang dilakukan yaitu memastikan keselamatan, kepatuhan standar mutu dan label, serta perlindungan konsumen dan pelaku usaha. Bertujuan untuk melindungi konsumen dari produk tidak layak, barang illegal, atau laber salah.

UPT Perlindungan Konsumen Malang memiliki tujuan dalam melindungi konsumen dari kecurangan para pelaku usaha, diantaranya; (1)

melindungi konsumen dari akses negatif pemakaian barang/atau jasa yang tidak memenuhi aspek keamanan, keselamatan, Kesehatan, dan lingkungan. (2) menumbuhkan kesadaran Masyarakat sebagai konsumen akan hak dan kewajibannya dalam memperoleh barang dan/atau jasa yang beredar dipasar. (3) menumbuhkan pelaku usaha agar bersifat jujur, tangguh, dan bertanggung jawab sesuai dengan hak dan kewajibannya. (4) melindungi industri dalam negeri serta mendorong terciptanya iklim usaha yang kuat.

Tugas UPT Perlindungan Konsumen Malang yaitu; (1) pelaksanaan barang beredar, jasa dan tertib niaga di pasar dan tempat penyimpanan, serta tindak lanjut hasil pengawasan perlindungan konsumen. (2) pelaksanaan pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha. (3) pelaksanaan pelatihan dan pengembangan perlindungan, pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha. (4) pengkoordinasian dan pemberian pelayanan ketatausahaan, pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga, serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha.

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap konsumen, hasil wawancara dengan Bapak Diska Kurniawan. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 21 April 2025, mengatakan:

*“UPT Perlindungan Konsumen Malang melaksanakan pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga secara langsung ke lapangan, sesuai pada*

*dasar hukum Permendag No. 36 Tahun 2018 tentang pengawasan kegiatan perdagangan.”<sup>40</sup>*

Pengawasan barang beredar seperti pemeriksaan fisik produk di pasar atau ditoko untuk mendeteksi adanya pemalsuan merek, barang yang tidak ber-SNI/BPOM dan label tidak lengkap. Mekanisme pengawasan lapangan dengan perencanaan Menyusun jadwal inspeksi yang rawan terjadi pelanggaran. Pelaksanaan pemeriksaan mendadak dengan wawancara, pemeriksaan dokumen, dan pengambilan sampel untuk diuji lab jika diperlukan. Terakhir pemberian tindak lanjut apabila ada pelanggaran ringan berupa peringatan lisan atau pembinaan.

Lebih lanjut Pak Diska menjelaskan bahwa konsumen dapat mendapat perlindungan awal pada saat pelaku usaha membuat merek dibuat, yaitu peraturan permendag No 25 Tahun 2021 tentang penetapan barang yang wajib menggunakan atau melengkapi label berbahasa Indonesia. Tujuan dari peraturan diatas, konsumen dapat dengan mudah membaca merek dan memahami cara penggunaan dan informasi lain yang dapat mudah dimengerti. Konsumen yang merasa dirugikan oleh tindakan pelaku usaha, dapat mendapat keadilan dengan cara non litigasi oleh BPSK.

Dikemudian hari apabila UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam kegiatan pengawasan menemukan tindakan pelanggaran pemalsuan merek yang dapat menyebabkan kebingungan pada masyarakat, maka bentuk perlindungan dan penyelesaian yang dilakukan oleh UPT

---

<sup>40</sup> Diska Kurniawan, wawancara, (Malang, 21 April 2025)

Perlindungan Konsumen Malang adalah, meminta pelaku usaha yang melanggar untuk cepat menghabiskan stok dan tidak mengambil barang lagi untuk diperjualbelikan kembali. Namun, jika ada konsumen melapor pada UPT Perlindungan Konsumen Malang dan merasa dirugikan dari sebuah produk, maka UPT Perlindungan Konsumen akan memroses pengaduan tersebut dengan mempertemukan kedua belah pihak untuk melakukan penyelesaian secara non litigasi. Pertemuan keduanya tidak menyelesaikan permasalahan, akhirnya konsumen dapat membawa permasalahan ini ke kepolisian atau pengadilan Tingkat tinggi untuk diselesaikan secara litigasi.

UPT Perlindungan Konsumen yang memiliki tugas utama yaitu mengawasi produk beredar, jasa, dan tertib niaga, tidak mempunyai Tindakan pasti terkait pelanggaran pemalsuan Merek yang dapat dikatakan baru di Malang. Pengawasan yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dari Tindakan curang oleh pelaku usaha yang bersaing tidak secara sehat. Dalam mengatasi kerugian konsumen dari Tindakan pemalsuan merek, UPT Perlindungan Konsumen Malang siap menerima aduan atau menunggu keluhan dari konsumen yang merasa dirugikan dari Tindakan pelanggaran pemalsuan merek. Bentuk pelayanan UPT Perlindungan Konsumen Malang dengan membantu untuk mediasi, dan aduan kepada BPSK penyelesaian kasus maksimal 21 hari kerja permasalahan harus menemukan titik temu.

Target atau parameter pengawasan, yaitu; (1) pengawasan barang beredar dalam memenuhi standart, (2) pengawasan barang beredar dalam memenuhi pencantuman lebel dalam bahasa Indonesia pada barang, (3) pengawasan barang beredar dalam memenuhi kewajiban untuk melengkapi petunjuk penggunaan, (4) pengawasan barang beredar dalam memenuhi kewajiban layanan purna jual, (5) pengawasan barang beredar dalam memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan, (6) pengawasan cara menjual, (7) pengawasan pengiklanan, (8) pengawasan klausula baku, (9) pengawasan perizinan bidang perdagangan, (10) pengawasan perdagangan barang yang diawasi, dilarang, dan/atau diatur, (11) pengawasan distribusi, (12) pengawasan produk dalam negeri dan asal impor yang terkait dengan keamanan, keselamatan, Kesehatan, dan lingkungan hidup, (13) pengawasan pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, dan klasifikasi, (14) pengawasan pendaftaran Gudang, (15) pengawasan penyimpanan barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting, (16) pengawassan perdagangan melalui system elektronik.

UPT Perlindungan Konsumen Malang memiliki jargon KONCER (Konsumen Cerdas), kegiatan konsumen cerdas adalah kegiatan yang mengedukasi kepada konsumen agar konsumen lebih mengetahui hak dan kewajibannya dan juga menganjurkan nengkonsumsi produk sesuai dengan kebutuhannya, serta membimbing konsumen agar lebih kritis terhadap produk yang dibeli.

Anggota BPSK terdiri dari aparatur pemerintah, pelaku usaha, konsumen, dan produsen yang mendapatkan amanah khusus dari menteri. Selama menangani kasus konsumen, BPSK berhak melakukan pemeriksaan validasi laporan, meminta bukti, hasil tes laboratorium, serta bukti lain terkait pihak yang bersengketa. Langkah pengaduan ke BPSK:

1. Mengisi Form pengaduan dan memberikan bukti-bukti sengketa
2. Menunggu panggilan tertulis dari sekretariat BPSK untuk jadwal persidangan
3. Mengikuti persidangan BPSK dengan ketentuan dan tata cara yang sudah diatur
4. Mendapatkan hasil Salinan putusan persidangan dari sekretariat BPSK, maksimal 4 hari kerja.

Pelanggaran pemalsuan merek yang cenderung melibatkan pelaku usaha pemegang hak merek yang terdaftar, UPT Perlindungan Konsumen Malang tidak bekerja sama dengan Dirjen Hak Kekayaan Intelektual, karena konsumen telah membeli produk yang diinginkan tanpa paksaan atau permintaan orang lain. Jika suatu hari, konsumen merasa dirugikan atas Tindakan pelanggaran pemalsuan merek dari produk yang telah dibeli, maka UPT Perlindungan Konsumen Malang akan menerima aduan konsumen, membantu dalam mediasi dan gugatan BPSK.

Dengan adanya pelanggaran merek yang beredar dipasaran yang akan membuat konsumen kebingungan, hal ini sejalan dengan hasil

wawancara dengan konsumen pada tanggal 1 Mei 2025, yang memiliki nama akun Jastip Tanah Abang, mengatakan bahwa:

*“kami merasa rugi kak kalau beli barang terus dapat kualitas yang ga sesuai sama harganya, soalnya kami mikirnya barang ini high quality dan terjamin, jadi kita sebagai konsumen merasa digigit soal klaim dia yang berlebihan.”<sup>41</sup>*

Konsumen merugi akibat barang yang tidak sesuai harga dan klaim yang berlebihan. Iklan yang menyesatkan sering kali pelaku usaha melebih-lebihkan kualitas produk padahal kenyataannya biasa saja atau tidak sesuai harga.

Lebih lanjut Pak Diska menjelaskan dalam pengawasan merek berlabel bahasa Indonesia harus benar-benar dilihat seperti apa, sebab merek menjadi hal yang penting dalam sebuah produk, seperti harus dilihat dari cara pengucapannya, logo mereknya, dan lain sebagainya. Pemalsuan merek biasanya terjadi pada merek terkenal, apabila terjadi Tindakan pemalsuan merek dapat dilakukan gugatan ganti rugi merek terkenal.

Selanjutnya bentuk perlindungan yang diberikan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap konsumen dari Tindakan pemalsuan merek, Pak Diska pada tanggal 21 April 2025 mengatakan:

*“UPT Perlindungan Konsumen Malang sebagai pengawasan produk beredar, jasa dan tertib niaga, memberi upaya perlindungan kepada*

---

<sup>41</sup> Jastip Tanah Abang, wawancara, (1 Mei 2025)

*konsumen dari Tindakan pemalsuan merek berupa mencabut izin usaha jika peringatan awal tidak kunjung direspon.”<sup>42</sup>*

Tindak lanjut yang dapat dilakukan apabila ada pelanggaran ringan adalah memberikan peringatan lisan atau tulisan dan pembinaan. Pelanggaran berat dengan pemblokiran produk bekerja sama dengan DJKI dan laporan ke Polres jika terdapat pelanggaran pidana.

Lebih lanjut Pak diska menjelaskan bahwa UPT Perlindungan Konsumen Malang memiliki fungsi pengawasan, pihak yang berkepentingan dapat mengajukan gugatan, apabila ada laporan konsumen yang merasa dirugikan dari perbuatan curang pemboncengan reputasi.

Selanjutnya wawancara dengan konsumen bernama Kak Fitria Nur tentang merek yang melakukan tindakan menutupi merek asli dengan merek pelaku usaha yang melanggar, menurut Kak Fitria kalau ada barang seperti jilbab atau barang pakaian lainnya agak kesel kak, penjualnya promosi kalau bahannya import dan lain-lain, ternyata ada merek terkenal yang sama kualitasnya tapi harga nya ramah.

Wawancara konsumen Bernama Kak Abidatur pada tanggal 30 April 2025 tentang penilaian atas barang atau produk.

*“saya mempertimbangkan berapa banyak orang yang telah mengonsumsi atau membeli barang yang saya inginkan kak, jadi kualitasnya bisa dilihat.”<sup>43</sup>*

---

<sup>42</sup> Diska Kurniawan, wawancara, (Malang, 21 April 2025)

<sup>43</sup> Abidatur, wawancara, (30 April 2025)

Postingan ulasan yang bohong juga dapat menyesakan konsumen dalam membeli barang. Banyak pelaku usaha yang membuat akun-akun baru untuk memberi rating tinggi dan deskripsi pengalaman untuk membuat konsumen percaya.

Wawancara selanjutnya dengan Kak Laira pada tanggal 2 Mei 2025 tentang yang menjadi dasar pertimbangan dalam membeli produk atau merek yang menutupi merek asli dengan merek pelanggar: *“sebelum membeli produk, saya akan meminta pertimbangan dengan teman tentang produk merek tertentu. Dengan adanya pengalaman seperti ini, saya jadi sedikit hilang kepercayaan terhadap merek yang diperdagangkan oleh influrncer.”*<sup>44</sup>

Dampak pada konsumen dari Tindakan pemalsuan merek seperti kerugian finansial yaitu uang yang dikeluarkan tidak sebanding dengan nilai produk. Kekecewaan karena konsumen merasa dibohongi dan kehilangan kepercayaan pada merek lagi. Waktu terbuang untuk proses complain atau pengembalian barang sering rumit dan memakan waktu.

Wawancara konsumen selanjutnya Bernama Kak Hasna pada tanggal 6 Mei 2025 tentang bagaimana tanggapan tentang merek yang mempengaruhi penilaian atas barang: *“kalau pemilik merek SS jujur tentang informasi produk bahwa hijab SS merupakan Hijab Umama yang*

---

<sup>44</sup> Laira, wawancara, (2 Mei 2025)

*dimodifikasi, konsumen yang suka dengan hijab SS tetap akan beli. Harga juga mempengaruhi kualitas barang menurut saya.*”<sup>45</sup>

Konsumen yang mempunyai minat dan selera yang berbeda-beda lebih menerima jika pelaku usaha yang melakukan Tindakan pemalsuan merek jujur dengan kondisi atau kualitas produknya. Konsumen akan lebih merasa dihargai dengan informasi yang sesuai produk. Memberi informasi yang benar juga termasuk hak dari konsumen.

Wawancara konsumen selanjutnya dengan pemilik akun @tokonana16 pada 7 Mei 2025 tentang bagaimana tanggapan terkait hijab Umama dan SS dan apa yang menjadi pertimbangan dalam membeli produk. *“pasti kecewa karena sebagai konsumen merasa dibohongi dari kecurangan pelabelan merek SS, dalam melihat produk lebih memperhatikan kualitas dan harga.*”<sup>46</sup>

Produk dijual mahal dengan kualitas tinggi tapi ternyata memiliki bahan yang tidak sesuai. Klaim yang berlebihan tanpa bukti seperti high quality, terjamin dan premium. Pelaku usaha telah melakukan pelanggaran dengan memberikan informasi yang tidak sesuai dan tidak jujur.

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan UPT Perlindungan Konsumen Malang dari perbuatan pemalsuan merek yang dapat menimbulkan kerugian dengan menyampaikan informasi dalam rangka meningkatkan

---

<sup>45</sup> Hasna, wawancara, (6 Mei 2025)

<sup>46</sup> Tokonana16, wawancara, (7 Mei 2025)

kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang/atau jasa, memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukan, sosialisasi tentang konsumen cerdas di beberapa universitas di Malang, siswa-siswi pelajar, dan sosialisasi kepada penjual dan pembeli di pasar dengan penyuluhan dan membagikan brosur, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen dan melakukan pengawasan terhadap barang beredar, jasa, dan tertib niaga dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam melaksanakan tugas dan menyelesaikan permasalahan konsumen bekerjasama dengan lintas dinas atau lintas OPD (Organisasi Perangkat Daerah), Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dan Dirjen Kekayaan Hak Intelektual memungkinkan terjalin apabila ada beberapa situasi yang sedang dihadapi. BPSK yang notabene menyelesaikan perkara pengadilan dengan non litigasi, untuk sanksi yang diperoleh dapat mengikuti pilihan penyelesaian masalah yang sudah disepakati kedua belah pihak baik jalur mediasi, konsiliasi maupun arbitrase.

Apabila konsumen merasa dirugikan dalam pembelian barang/atau jasa, maka konsumen dapat mengadu kepada:

1. Konsumen mengadu ditempat mereka membeli barang/atau jasa ke toko untuk meminta pertanggungjawaban atau pengembalian dana.

2. Konsumen bisa langsung mendatangi produsen (pembuat produk), untuk melaporkan distributornya dan meminta pertanggungjawaban atau penggantian dana.
3. Apabila tidak mendapat respon yang baik dari pelaku usaha, konsumen dapat melakukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Sebab tugas BPSK dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa, BPSK merupakan lembaga peradilan konsumen di Daerah Tingkat II seluruh Indonesia. Tugas utamanya adalah memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus menangani penyelesaian sengketa di luar lembaga peradilan umum

Meskipun UPT Perlindungan Konsumen Malang berperan aktif dalam Upaya-upaya seperti mediasi, pengawasan, dan edukasi, secara normatif perlindungan konsumen telah dijamin melalui instrumen hukum, seperti Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek. Peraturan ini tidak hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, tetapi juga memberikan landasan hukum bagi UPT dalam menjalankan tugasnya.

Sebuah merek berfungsi sebagai penanda atau ciri khas dari sebuah produk seseorang, selain berfungsi sebagai pembeda, merek mempunyai kemampuan untuk agar dapat mengiklankan produknya.<sup>47</sup> Oleh karena itu, merek mempunyai peranan penting bagi produsen yang sama halnya dengan

---

<sup>47</sup> Khoirul Anawar,dkk, “Sosialisasi Hukum Tentang Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Bangsongan Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri”, *Dharma Wiyata*,No.2 (2024),1

hak cipta yang paten. Namun, seiring dengan perkembangannya, ada beberapa tindakan yang dapat merugikan pengusaha, salah satunya adalah Tindakan pemalsuan merek. Pemalsuan merek merupakan tindakan memakai/menggunakan merek yang sama atau mirip dengan merek terkenal milik pengusaha lain.

Tindakan ini dapat menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen sehingga, konsumen dapat mengira produk yang dijual oleh pengusaha yang melanggar merupakan produk dari pengusaha yang asli. Hal ini dapat menurunkan penjualan, dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap merek dari pelaku usaha pemilik merek asli, serta penurunan reputasi dari pemilik merek asli karena konsumen akan menganggap bahwa pemilik merek asli tidak serius dalam menjaga kualitas produk yang dijual.<sup>48</sup>

Perlindungan merek tidak hanya dapat melindungi pemegang hak merek yang sudah terdaftar ataupun terkenal, tetapi juga melindungi konsumen, agar tidak ada kerugian yang diakibatkan oleh tindakan kecurangan oleh pelaku usaha yang ingin cepat mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, yang menjadi tujuan perlindungan merek dari perbuatan pemalsuan merek adalah untuk menjamin konsumen bahwa barang/atau jasa yang dibeli merupakan merek asli dari produsen barang/atau jasa, agar

---

<sup>48</sup> Ainis Apriliani Kurniawati et al., "Upaya Perlindungan Dan Penegakan Hukum Atas Tindakan Passing Off Dan Trademark Dilution Pada Merek Terkenal Di Indonesia" *Diponegoro Private Law Riview*, no. 2 (2024): 197. <file:///C:/Users/ZAYYIDA/Downloads/21663-90190-1-PB.pdf>

konsumen mendapatkan kualitas barang yang sesungguhnya dan informasi yang jujur.<sup>49</sup>

Konsumen yang terlindungi dari tindakan curang oleh pelaku usaha dalam pelanggaran pemalsuan merek, secara tidak langsung juga melindungi pemegang merek yang sudah terdaftar maupun terkenal, karena jika konsumen terlindungi dari perbuatan pemalsuan merek maka konsumen akan selalu mempunyai rasa percaya dan royal terhadap produk yang dikeluarkan oleh pemegang merek terdaftar, karena adanya jaminan kualitas barang/atau jasa. Biasanya merek yang sudah terkenal dikalangan masyarakat akan lebih terpercaya. Merek mempunyai peranan penting dalam berbisnis, sebab konsumen akan akan membeli barang dengan merek yang sudah banyak diketahui oleh masyarakat.

Pemerintah Indonesia telah mengatur perlindungan hukum terhadap merek, yang didalamnya termasuk merek terkenal, dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang No 20 Pasal 21 Tahun 2016 berbunyi: “Larangan penggunaan merek yang memiliki kemiripan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa”. Namun, Undang-Undang tersebut cukup bisa dalam mencegah tindakan pemalsuan merek. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan

---

<sup>49</sup> Desy Salsa Biela and Abraham Ferry Rosando, “Akibat Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Pelanggaran Hak Atas Merek,” *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, no. 1 (2022): 619, <https://doi.org/10.53363/bureau.v2i1.157>.

perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia. Pada Pasal 90 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 menjelaskan tentang: “Pemilik merek terdaftar dapat menggugat pihak yang menggunakan merek nya secara tidak sah, termasuk Ganti rugi”. Perlindungan hukum tentang merek secara tidak langsung juga melindungi konsumen dari penipuan oleh pelaku usaha yang curang.<sup>50</sup> Pengenalan ciri-ciri merek juga dapat dilakukan melalui tanda-tanda yang berkaitan dengan merek yaitu, seperti packging produk, slogan, jingle, atau elemen visual lainnya yang dapat bertahan dalam mempromosikan merek dan komunikasi yang baik kepada konsumen.<sup>51</sup> Pengenalan ciri khas produk dapat membantu konsumen dalam mengenali merek yang diinginkan dan dapat membedakannya.

Kerugian konsumen akibat Tindakan pemalsuan merek biasanya kerugian materil, kerugian meteril pada umumnya mencakup kerugian yang dialami oleh konsumen dan keuntungan yang diharapkan. Konsumen dapat meminta Ganti rugi akibat Tindakan pemalsuan merek dengan layangkan gugatan berupa uang, pemulihan ke keadaan semula, larangan untuk mengulangi perbuatan itu lagi, dan putusan hakim bahwa perbuatannya bersifat melawan hukum. Bentuk Tindakan yang dapat digugat adalah perusakan barang (menimbulkan kerugian materil).<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Santi Dwi Wahyuni, “Perlindungan Hukum Pemegang Merek Terhadap Passing off Terkait Public Misleading Di Indonesia”(Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang, 2020). <https://lib.unnes.ac.id/41825/>

<sup>51</sup> Acai Sudirman, *Brand Marketing : The Art Of Branding*, (Jakarta:CV. Media Sains Indonesia,2022),15

<sup>52</sup> Musataklima, *Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (MalangCv. Makanawi,2024),166

Ganti rugi atas perbuatan melawan hukum berpegang pada prinsip untuk memulihkan pada keadaan semula sebelum terjadinya kerugian akibat Tindakan melawan hukum, walaupun demikian, KUH Perdata tidak memberikan ketentuan yang pasti terkait jenis Ganti rugi yang dapat dituntut oleh konsumen yang dirugikan. Kerugian yang diakibatkan oleh wanprestasi, keuntungan yang telah diperoleh juga dapat dituntut. Sebagaimana kerugian yang telah disebutkan dalam wanprestasi adalah biaya, kerugian dan bunga.<sup>53</sup> Undang-undang tidak mengatur kerugian yang harus dibayar akibat dari perbuatan melawan hukum, yang diatur adalah kerugian akibat wanprestasi. Untuk memberikan kepastian hukum dalam memberikan Ganti rugi dari melawan hukum, dapat perpatokan pada ketentuan-ketentuan yang samadengan pemberian Ganti rugi akibat wanprestasi.

Ketentuan untuk pencegahan terjadinya penipuan dan memastikan bahwa konsumen dapat membuat Keputusan dengan tepat berdasarkan informasi yang akurat juga diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi “Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar. Jelas, dan jujur”<sup>54</sup>. Makna hak konsumen atas informasi untuk menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang tidak mengandung kebohongan atau manipulasi fakta. Konsumen mendapat informasi yang mudah dipahami

---

<sup>53</sup> Musataklima, *Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Malang:Cv. Makanawi,2024),167

<sup>54</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

konsumen dari berbagai latar belakang dan tidak menyesatkan atau menutupi kelemahan produk. Selain itu Pasal 8 UUPK berbunyi “Larangan pelaku usaha memproduksi/ memperdagangkan barang yang meniru merek dagang pihak lain”, dengan adanya peraturan-peraturan diatas, dapat membantu kerugian konsumen yang menjadi objek bisnis para pelaku usaha yang ingin meraih keuntungan yang sebesar-besarnya melalui berbagai macam cara promosi atau penjualan yang dapat merugikan konsumen.<sup>55</sup>

Konsumen yang mengalami kerugian atas kecurangan para pelaku usaha, mendapat perlindungan yang telah dijelaskan dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:<sup>56</sup>

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- 2) Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan tennggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang tanggung jawab mutlak pelaku usaha atas kerugian

---

<sup>55</sup> Pasal 8 Undang-Undnag Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>56</sup> Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

konsumen, cakupan kerugian seperti kerusakan fisik produk yang dapat merugikan konsumen, pencemaran nama baik seperti produk palsu, dan kerugian materiil maupun non materiil. Bentuk pemberian Ganti rugi ada beberapa opsi seperti pengembalian uang , pengembalian barang/jasa sejenis, dan perawatan Kesehatan. Tenggat waktu pemberian Ganti rugi dihitung sejak tanggal transaksi atau tanggal kerugian terjadi, dan jika pelaku usaha terlambat dalam memberikan Ganti rugi, maka konsumen dapat melaporkan ke UPT Perlindungan Konsumen atau mengajukan gugatan. Konsumen dapat melakukan tuntutan pidana apabila terbukti penipuan yang sengaja menjual barang palsu dan kecerobohan seperti tidak melakukan quality kontrol.

Tindakan pelanggaran pemalsuan merek oleh pelaku usaha, dapat memintapertanggung jawaban kepada pelaku usaha. Diatur dalam Pasal 24 ayat 2, yang berbunyi “Pelaku usaha sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas abarang dan/atau jasa tersebut”.<sup>57</sup> Konsumen yang telah dirugikan dalam pembelian produk akibat perbuatan pelaku usaha yang melakukan pemalsuan merek. Bentuk perlindungan hukum yaitu konsumen dapat menuntut pelaku usaha lain yang membeli barangdan/atau jasa yang

---

<sup>57</sup> Pasal 24 Ayat 2 No.8 Tahun 1999 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

menjual Kembali produk, karena telah diubah atau dimodifikasi dari bentuk semula.

Pertanggungjawaban pelaku usaha atas kecurangan usaha terhadap konsumen juga dijelaskan dalam pasal 23, berbunyi: “pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.<sup>58</sup> Upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dapat melakukan gugatan perdata berdasarkan undang-undnag merek atau undang-undnag perlindungan konsumenn, laporan pidana ke aparat penegak hukum (Polisi/PPNS) jika ada unsur penipuan, pengaduan ke BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) atau LPKSM (Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat), dan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen).

Konsumen maupun pemegang merek asli yang terdaftar dapat melakukan pengaduan kepada Lembaga penyelesaian sengketa konsumen, dengan memberikan alat bukti yang diperlukan untuk dilakukan penyelidikan dan pemeriksaan. Pelaku usaha yang menolak untuk memberikan informasi dan menolak untuk diperiksa maka dapat dilanjutkan pada pengadilan Tingkat tinggi. Upaya-upaya diatas dapat memberikan

---

<sup>58</sup> Pasal 23 No.8 Tahun 1999 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

perlindungan hukum kepada konsumen yang dirugikan dalam tindakan pelanggaran pemalsuan merek di Indonesia.

Upaya perlindungan hukum preventif berupa peraturan serta penjabaran hak dan kewajiban konsumen dalam bentuk perundang-undangan yang dapat melindungi konsumen dari pelanggaran oleh pelaku usaha. Peraturan pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perindungan Konsumen, yang berbunyi “Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, Jelas, dan jujur” dan pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak dan kewajiban konsumen.

## **2. Hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam Memberikan Perlindungan Hukum Represif Terhadap Konsumen Dari Tindakan Pemalsuan Merek**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Diska, selaku petugas pelayanan pada UPT Perlindungan Konsumen Malang. Beliau mengatakan, hambatan-hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam perlindungan represif terhadap konsumen atas Tindakan pemalsuan merek. Perlindungan represif berarti Tindakan hukum setelah terjadinya suatu pelanggaran.

### **a. Kurangnya kesadaran dan laporan dari konsumen.**

Konsumen sering kali tidak menyadari telah menjadi korban pemalsuan merek dikarenakan kemiripan produk, produsen

meniru atau menyesatkan konsumen yang dapat mengecoh konsumen dalam memilih barang yang dibeli. Konsumen kurang memahami tentang hak-hak konsumen, sehingga konsumen enggan untuk melapor. Ini termasuk pelanggaran hak kekayaan intelektual dan konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum.

Konsumen enggan melapor karena ketidaktahuan tentang prosedur pengaduan, banyak yang tidak memahami cara melaporkan permasalahan ke UPT Perlindungan Konsumen, Polisi, atau DJKI. Menganggap remeh pelanggaran, konsumen mungkin berfikir bahwa Tindakan pemalsuan merek merugikan diri sendiri, padahal pelanggaran ini juga dapat merusak reputasi merek asli. Kurangnya sosialisasi edukasi tentang hak konsumen seperti hak atas informasi yang benar, hak untuk mendapat barang sesuai dengan deskripsi. Solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen dengan memberikan edukasi publik seperti sosialisasi pemerintah, Lembaga perlindungan konsumen, memberikan kemudahan akses pelaporan kepada konsumen.

b. Keterbatasan sumber daya dan wewenang

UPT Perlindungan Konsumen Malang memiliki keterbatasan wewenang dalam penindakan hukum, karena kasus pemalsuan merek juga melibatkan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) atau polisi. UPT Perlindungan Konsumen merupakan unit teknis Tingkat daerah (Malang) yang berfokus pada

perlindungan konsumen secara umum atau menyeluruh, tetapi tidak memiliki kewenangan penuh untuk menindak pelanggaran hak kekayaan intelektual (HKI) seperti pemasuan merek.<sup>59</sup>

Basis hukum UPT beroperasi berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang lebih menekankan pada penyelesaian sengketa konsumen dengan mediasi dan edukasi.<sup>60</sup> Sementara passing off termasuk pelanggaran HKI yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dibawah kewenangan DJKI (Kemenkumham) dan aparat penegak hukum (kepolisihan/kejaksaan). Dampak dari keterbatasan kewenangan UPT adalah UPT hanya bisa memediasi antara konsumen dan pelaku usaha, tetapi tidak bisa menyita barang palsu, menghentikan produksi pelaku pemalsuan merek dan menjatuhkan sanksi. Jika pelaku usaha tidak dapat menyelesaikan perkara secara kooperatif, maka UPT harus merujuk ke DJKI atau polisi.

Solusi untuk memperkuat peran UPT Perlindungan Konsumen Malang dengan melakukan MoU dengan DJKI atau Polri untuk membuat mekanisme pelaporan terpadu agar kasus pemalsuan merek bisa langsung diteruskan ke instansi berwenang. Peningkatan

---

<sup>59</sup> Andres Hidalgo, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Self Declare Sertifikasi Halal Perspektif UU Perlindungan Konsumen (Studi Di Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen Malang)"(etheses Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,2024), 67, <http://etheses.uin-malang.ac.id/69388/1/200202110052.pdf>

<sup>60</sup> Undnag-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

kapasitas SDM dengan memberikan pelatihan khusus bagi staf UPT tentang dasar-dasar HKI. Memberikan sosialisasi kepada konsumen tentang cara melapor ke DJKI atau Polri.

c. Kurangnya koordinasi atau ketergantungan pada Lembaga lain

Jika disebuah toko di Malang menjual produk palsu. UPT hanya bisa memediasi Ganti rugi, tetapi untuk pemblokiran merek UPT harus melibatkan DJKI dan penyidikan pidana harus merujuk ke Polres Malang. Koordinasi dengan lintas Lembaga-lembaga sering kali membutuhkan waktu yang lama dan terkesan lambat karena perbedaan prosedur dan birokrasi.

Perbedaan mekanisme antar lembaga yaitu UPT bekerja dengan pendekatan mediasi dan non litigasi. DJKI memerlukan pemeriksaan formalitas dan pemeriksaan yang nyata sebelum memblokir merek. Polres membutuhkan laporan resmi dan penyidikan sesuai dengan KUHAP. Solusi untuk meningkatkan koordinasi dengan mekanisme pelaporan terpadu membuat system online terintegrasi antara UPT, DJKI, dan Polri untuk mempercepat pertukaran data. Pelatihan lintas Lembaga seperti workshop Bersama untuk menyamakan pemahaman tentang penanganan pemalsuan merek.

d. Keterbatasan anggaran, SDM, dan Fasilitas untuk investigasi mendalam.

Keterbatasan SDM di UPT Perlindungan Konsumen hanya memiliki 1-2 staf yang menangani kasus, sementara laporan konsumen banyak. Staf sering tidak terlatih khusus untuk menangani kasus HKI seperti pemalsuan merek. Perlindungan represif memerlukan proses hukum yang kompleks dan berjenjang seperti gugatan perdata atau laporan pidana, yang memakan banyak waktu. UPT yang kadang masih ada rasa ragu dalam menindak karena pertimbangan sosial-ekonomi pelaku passing off yang dapat disebut UMKM dan usaha kecil.

Kurangnya pelatihan HKI mengakibatkan staf tidak paham teknis pembuktian Tindakan pemalsuan merek dan tidak mampu berkoordinasi secara efektif dengan DJKI atau Polri. Pertimbangan sosial ekonomi pelaku UMKM, UPT ragu dalam menindak karena khawatir UMKM bangkrut dan dapat menimbulkan pengangguran. Solusi untuk mengatasi keterbatasan ini adalah dengan peningkatan kapasitas SDM seperti rekrutmen/Lembaga ahli HKI untuk membantu dalam investigasi. Penganggaran khusus untuk investigasi seperti alokasi dana untuk uji produk, verifikasi merek dan koordinasi dengan Lembaga terkait.

- e. Hambatan partisipasi konsumen dalam proses hukum pemalsuan merek

Konsumen sering enggan terlibat dalam proses Panjang dan memakan biaya yang tinggi seperti biaya hukum seperti advokat dan

biaya pendaftaran gugatan dan administrasi pengadilan dan biaya tak langsung seperti transportasi dan waktu yang terbuang. Konsumen sering menganggap rugi kecil misalnya sebesar Rp.50 ribu tidak cukup menguntungkan untuk dilaporkan.

Konsumen masih berpikir bahwa Kerugian yang dianggap sedikit lebih baik dari pada melapor. Dampak negatif dari enggan melapor adalah pelaku pemalsuan merek yang semakin merajalela, merosotnya perlindungan hukum bagi konsumen, dan kerugian ekonomi jangka Panjang. Solusi untuk mendorong partisipasi konsumen dengan mengadakan mekanisme gugatan sederhana dan murah, pelaporan terpadu online seperti sistem pengaduan pemalsuan merek via aplikasi yang terhubung langsung dengan Polisi dan UPT, dan Edukasi tentang hak konsumen.

Proses hukum represif untuk pemalsuan merek memang rumit dan mahal, sehingga banyak konsumen yang memilih untuk tidak melapor. Perlu nya mekanisme alternatif seperti kolaborasi lintas Lembaga, pemanfaatan teknologi, dan pendekatan edukasi kepada konsumen, UPT Perlindungan Konsumen dapat meningkatkan deteksi pemalsuan merek, mempercepat penanganan tanpa biaya yang besar, dan melindungi konsumen dan UMKM secara adil dan aman. Wujud upaya perlindungan represif yaitu diwujudkan dalam sanksi jika terjadi pelanggaran yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang tercantum dalam Pasal 45 ayat 1 yang berbunyi : “setiap konsumen yang dirugikan

dapat menggugat pelaku usaha melalui Lembaga yang bertugas yang menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada lingkungan peradilan umum”.<sup>61</sup>

Sanksi perdata juga dijelaskan pada pasal 60 : “(1) badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar, (2) sanksi administratif berupa penetapan Ganti rugi paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), (3) tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan dan pasal 61 “penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya” dan sanksi pidana dijelaskan pada pasal 62 di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). (3)

---

<sup>61</sup> Pasal 45 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis lakukan terhadap UPT Perlindungan Konsumen Malang dan wawancara para konsumen tentang dampak dari Tindakan pelanggaran pemalsuan merek, maka dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam mencegah terjadinya pelanggaran pemalsuan merek sebagai bentuk perlindungan atas konsumen dengan a). melakukan pengawasan tentang produk beredar, jasa, dan tertib niaga, b). segera meminta pelaku usaha untuk tidak membuat produk yang dilanggar agar konsumen mendapatkan hak kenyamanan dan keamanan, c). mengadakan kegiatan sosialisasi kepada para Masyarakat dan pelajar agar menjadi konsumen cerdas bijak dan bertanggungjawab, d). penyuluhan dan membagikan brosur, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, e). menerima keluhan dan pengaduan konsumen. f). Bekerjasama dengan lintas dinas atau lintas OPD (Organisasi Perangkat Daerah), Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dan Dirjen Kekayaan Hak Intelektual memungkinkan terjalin apabila ada beberapa situasi yang sedang dihadapi.

2. Hambatan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam memberikan perlindungan hukum represif kepada konsumen dari Tindakan pemalsuan merek masih terhalang oleh kewenangan terbatas yang hanya dapat memediasi sengketa, edukasi, dan sosialisasi. Ketergantungan pada Lembaga lain seperti DJKI dan Polres dalam menyikapi tindakan pemalsuan merek. Hambatan sumber daya Manusia dan anggaran yang minim serta hambatan eksternal dari para pelaku UMKM atau usaha kecil yang membuat UPT ragu menindak karena pertimbangan sosial dan ekonomi.

## **B. Saran**

Berdasarkan Kesimpulan diatas, oleh karenanya penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. UPT Perlindungan Konsumen Malang dapat meningkatkan kapasitas dengan pelatihan khusus bagi staf UPT tentang identifikasi kasus pemalsuan merek, pembuktian, dan mekanisme pelaporan, serta edukasi dan sosialisasi kepada konsumen tentang bahaya merek palsu.
2. Pemerintah pusat dapat melakukan revisi UU Perlindungan Konsumen dengan memberi kewenangan lebih kepada UPT untuk Tindakan represif terbatas seperti denda administratif, membuat alur cepat pelaporan tindakan pemalsuan merek dan lebih memberi edukasi melalui media sosial atau templet aduan gratis UPT yang mudah diakses oleh konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdul Fattah, “Metode Penelitian Kualitatif”, Harfa Creator, Bandung, (Januari 2023)
- Acai Sudirman, “Brand Marketing : The Art Of Branding”, CV. Media Sains Indonesia, (Januari 2022)
- Burhan Ashshofa, “Metode Penelitian hukum”, PT Nireka Cipta, Jakarta (Oktober 2004)
- Musataklima, “Hukum dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia”, Maknawi (Januari 2024)
- Nur Solikin, Pengantar Metodologi Penelitian Hukum, 1 (Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 2021)
- Suteki dkk, “Metode Penelitian Hukum”, PT.Rajagrafindo Persada, Depok, (Maret 2018)
- Wiwik Sri, “Metode Penelitian Hukum”, PT. Publika Global Media, Yogyakarta, ( April 2024)
- Zainuddin Ali, “Metode Penelitian Hukum”, Sinar Grafika, Jakarta, (2016)

### JURNAL

- Alifia Sherli, “Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Erving Goffman”, (Jurnal Universitas Padjadjaran, 2 Mey 2024).
- Annafi Pradipa, Putri Bunga, “Regulasi Perlindungan HKI Dalam Pelanggaran Passing Off Oleh Merek Hamlin Terhadap Merek Rodey”, Vol 1, No. 3 (2024), hal 86  
<https://edp.web.id/index.php/edp/article/view/80/95>
- Atmoko Dwi, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek

- Dan Indikasi Geografis”, Vol 5 No. 1 (1 Juli 2019), hal 76  
<file:///C:/Users/user/Downloads/garuda1682410.pdf>
- Nasir Khoyron Tomi dan Haryanto Imam, “Perlindungan Merek Terkenal Aqua Terhadap Pelanggaran Mereknya Selama Kurun Tahun 2017 Sampai Masa Pandemi Covid-19”, Vol 4, No. 1 (Juni 2021), 7  
<file:///C:/Users/user/Downloads/2135-6209-1-PB.pdf>
- Padmavati Adisty, Lie Gunardi, Rizky Moody, “Perlindungan Hukum Penggunaan Hak Atas Merek Pierre Cardin (Studi Kasus Putusan No.15/Pdt.Sus.Merek/2015/PN.Niaga.Jkt.Pst)”, Vol 4, No.5 (Juli 2024), 1280 <https://dinastirev.org/JIHHP/article/view/2224/1352>
- Situmorang Anastasia, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Berupa Annual Report yang Menyesatkan”, Vol 1 No.2 (November 2022), 283, diakses 20 November  
<file:///C:/Users/user/Downloads/5.-tulisan-anastasia.pdf>
- Syafi’I Abdullah, Nawi Syahrudin, Dchran, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Atas Tindakan (Passing Off) Pada Praktek Persaingan Usaha”, Vol 2 No.8 (Agustus 2021), 1212  
[file:///C:/Users/user/Downloads/593-Article%20Text-2505-1-10-20210819%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/593-Article%20Text-2505-1-10-20210819%20(1).pdf)
- Tjahyadi Arlan Rully dkk, “Pengaruh Edukasi Pelanggan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Jasa”, Vol 9 No.1 (2021), 349  
<file:///C:/Users/user/Downloads/adminjim,+10936-40280-1-ED.pdf>
- Sunny Shafreeza Dio, “Tanggung Gugat Produsen Pemilik Produk Yang Melakukan Pemboncengan Reputasi (Passing Off)”, Skripsi Perpustakaan Universitas Airlangga, Hal 21 diakses 20 November  
<https://repository.unair.ac.id/13779/11/11.%20Bab%202.pdf>
- Fahmi Nur Septian, “Perbuatan Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Terhadap Merek Dagang”, (Tesis Universitas Jember, Juli 2018), 10  
<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/91035/SE>

[PTIAN%20NUR%20FAHMI%20S.H%20-%20160720101005-bak.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jlsp/article/view/34681/0)

Henry Suhardja, “Jurnal Lex Specialis,” *Jurnal Lex Specialis* 4, no. 1 (2023): 115–23, <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jlsp/article/view/34681/0>.

Luh Widya Saraswati, Susilowati Suparto, and Elisatris Gultom, “Consumer Protection Against Increased Increase in Prices of Goods Due To the Covid-19 Pandemic Linked To Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection,” *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran* 4, no. 1 (2022): 73–93, <https://doi.org/10.23920/jphp>.

Evani Harifaningsih , "Kasus Merek Dominasi Perkara HaKI, Bisnis Indonesia" , Mei 2009. Hal 10 11 Ibid .,” 1999, 17–51.

Sunny Shafreeza Dio, “Tanggung Gugat Produsen Pemilik Produk Yang Melakukan Pemboncengan Reputasi (Passing Off)”, Skripsi Perpustakaan Universitas Airlangga, Hal 21 diakses 20 November <https://repository.unair.ac.id/13779/11/11.%20Bab%202.pdf>

R Nababan, M Anggusti, and S L Sirait, “... Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi Laut Menurut Undang ...,” *Nommensen Journal of ...* 02 (2021): 12–23, <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/opinion/article/view/206%>.

Abdul Latif Mahfuz, “Problematik Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Di Indonesia,” *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan* 1, no. 2 (2020): 47, <https://doi.org/10.32502/khdk.v1i2.2592>.

Fahmi Nur Septian, “Perbuatan Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Terhadap Merek Dagang”, (Tesis Universitas Jember, Juli 2018), 10 <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/91035/SEPTIAN%20NUR%20FAHMI%20S.H%20-%20160720101005-bak.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Aliyya Annisa, Dirkareshza Rianda, “Passing Off Dalam Persaingan Usaha Yang Menimbulkan Pelanggaran Hak Atas Merek”, (Desember 2023), hal 172  
<https://ojs.uma.ac.id/index.php/gakkum/article/view/10050/5370>
- Widiarti Wiwik, “Perlindungan Konsumen Terhadap Merek Dagang”, Vol 3, No. 1 (2019), hal 64  
<file:///C:/Users/user/Downloads/VOL+3+NO+1+2019+KE+5.pdf>
- Junior Fevrie, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi Yang Tidak Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Vol 3, No. 1 (25 Januari 2023)  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3287294>
- Wahyu Tampubolon, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”, Vol 7, No. 2 (September 2019)  
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/advokasi/article/view/1310/1303>
- Rani Eva Dewi, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kejahatan Pemalsuan Merek dengan Cara Passing Off Yang Dilakukan Pengusaha Atas Merek Terkenal”, Jakarta, 2020
- Ulfa Mutiara, Slamet, Arifudin, “Optimalisasi Perlindungan Konsumen Dalam Melakukan Komplain Atas Produk Barang Cacat Melalui Self Regulation Pada Transaksi Pembelian Secara Online PT. Bukalapak”, Jurisdictie, 2024, hal 70  
<file:///C:/Users/user/Downloads/166-Article%20Text-666-1-10-20240829.pdf>
- Agung Sujatmiko, “Prinsip Hukum Penyelesaian Pelanggaran Passing Off Dalam Hukum Merek”, Yuridika Vol 25, No.1 (Januari 2010), 54  
<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2858506&val=25350&title=PRINSIP%20HUKUM%20PENYELESAI>

[AN%20PELANGGARAN%20PASSING%20OFF%20DALAM%20HUKUM%20MEREK#:~:text=Ada%20beberapa%20unsur%20untuk%20terjadinya,khalayak%20umum%20keliru%20karenanya%3B%204](#)

- Muhajirin, Risnita, and Asrulla, “Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian” *Journal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024)
- Nabilah Navaz, “Implementasi Pengawasan Hiegienitas Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Di Dinas Kesehatan dan UPT Perlindungan Konsumen Malang)”, etheses Uin Malang, 2024, hal 45 <http://etheses.uin-malang.ac.id/63375/1/200202110070.pdf>
- Salsabila Anastasia, “Analisis Kejenuhan Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Secara Daring Di Kelas V Sekolah Dasar,” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. Mi (2021): 5–24.
- Khoirul Anawar,dkk, “Sosialisasi Hukum Tentang Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Bangsongan Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri”, Oktober 2024,Vol.2 No.2
- Ashibly, “Passing Off Dalam Undnag-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Pemegang Merek Terkenal Yang Tidak Terdaftar Di Indonesia,” 2017 14, no. 2 (2001): 1–11, <http://www.helpa-prometheus.gr/διαγνωστικές-εξετάσεις-για-τον-καρκί/>.
- Ainis Apriliani Kurniawati et al., “Upaya Perlindungan Dan Penegakan Hukum Atas Tindakan Passing Off Dan Trademark Dilution Pada Merek Terkenal Di Indonesia” 11, no. 2 (2024): 197–217.
- Desy Salsa Biela and Abraham Ferry Rosando, “Akibat Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Pelanggaran Hak Atas Merek,” *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-*

*Political Governance* 2, no. 1 (2022): 619–40,  
<https://doi.org/10.53363/bureau.v2i1.157>.

Santi Dwi Wahyuni, “Perlindungan Hukum Pemegang Merek Terhadap Passing off Terkait Public Misleading Di Indonesia,” 2020.

Andres Hidalgo, “Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Self Declare Sertifikasi Halal Perspektif UU Perlindungan Konsumen (Studi Di Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen Malang)”, eteses UIN Malang, Agustus 2024, hal 67, <http://etheses.uin-malang.ac.id/69388/1/200202110052.pdf>

#### **UNDANG-UNDANG/PERATURAN PEMERINTAH**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 4 Tahun 2019 Tentang Badan Perelindungan Konsumen Nasional

Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 Tentang UPT Dinas Perindag

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Surat Pengantar Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**FAKULTAS SYARIAH**  
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399  
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: [syariah@uin-malang.ac.id](mailto:syariah@uin-malang.ac.id)

Nomor : 156 /F.Sy.1/TL.01/02/2025  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 23 Februari 2025

Kepada Yth.  
Kepala UPT Perlindungan Konsumen Malang  
Jl.Aries Munandar No.24, Kidul Dalem, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur  
65119

*Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Rahma Hidayatul Sjarifah  
NIM : 210202110118  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :  
**Perlindungan Konsumen Dalam Pelanggaran Passing Off Oleh Brand Hamlin Terhadap Brand Rhodey (Perspektif Pasal 8 Ayat 1 Huruf (f) UU Perlindungan Konsumen)**, pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*

Scan Untuk Verifikasi



Tembusan :

- 1.Dekan
- 2.Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
- 3.Kabag. Tata Usaha



**Lampiran 2: Wawancara dengan UPT Perlindungan Konsumen Malang**



### Lampiran 3: Wawancara dengan konsumen secara online







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	:	Rahma Hidayatul Sjarifah
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir	:	Ponorogo, 15 Desember 2001
Agama	:	Islam
Perguruan Tinggi	:	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Jurusan	:	Hukum Ekonomi Syariah
Alamat di Malang	:	Gajayana Gang 1/C Malang
Alamat Rumah	:	Ds. Ngasinan, Kec. Jetis, Kab. Ponorogo, Jawa Timur
No Handphone	:	089524157468
Email	:	<a href="mailto:rahmahidayatul08@gmail.com">rahmahidayatul08@gmail.com</a>