

**PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELANGGARAN MEREK ATAS
PRODUK KOSMETIK KELAS 3 PADA PLATFORM SHOPEE****Brigitta Samuella Gunawan¹, Amanda Putri², Mutyara Devi Maharani³**2024510022@usahid.ac.id¹, 2024510025@usahid.ac.id², 2024510028@usahid.ac.id³**Universitas Sahid**

Abstrak: Perkembangan perdagangan elektronik (e-commerce) telah mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli termasuk produk kosmetik yang tergolong dalam Kelas 3 berdasarkan Klasifikasi Nice. Di sisi lain, meningkatnya aktivitas perdagangan melalui platform Shopee juga diikuti dengan maraknya peredaran produk kosmetik yang menggunakan merek tanpa izin ataupun meniru merek terkenal. Fenomena tersebut tidak hanya menimbulkan kerugian bagi pemegang hak atas merek, selain itu berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen akibat beredarnya produk yang tidak memenuhi standar keamanan maupun kualitas. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis ketentuan hukum berkaitan dengan perlindungan merek terhadap produk kosmetik Kelas 3 di Indonesia serta menganalisis penegakan hukum terhadap pelanggaran merek atas produk kosmetik yang diperdagangkan melalui platform Shopee. Metode yang dipergunakan pada studi berikut ialah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) serta pendekatan konseptual (conceptual approach). Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, yaitu berupa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis beserta peraturan terkait, dan bahan hukum sekunder yang terdiri atas karya ilmiah dan literatur hukum yang relevan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek telah diatur secara komprehensif melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, namun implementasi penegakan hukumnya dalam transaksi elektronik masih menghadapi berbagai kendala. Mekanisme pengawasan terhadap produk yang melanggar merek di platform marketplace masih lebih banyak bergantung pada laporan dari pemilik merek sehingga belum mampu mencegah peredaran barang secara efisien. Maka, diperlukan penguatan mekanisme pengawasan digital, peningkatan tanggung jawab penyelenggara e-commerce, serta sinergi antara pemerintah, pemilik merek serta platform digital guna menciptakan perlindungan hukum lebih efektif serta berkeadilan.

Kata Kunci: Perlindungan Merek, Kosmetik Kelas 3, Shopee, Perlindungan Hukum, E-commerce.

Abstract: The accelerated growth of electronic commerce (e-commerce) has significantly transformed commercial activities, including the trading of Class 3 cosmetic products under the Nice Classification. However, the increasing number of transactions conducted through Shopee has also been accompanied by the widespread distribution of cosmetic products bearing unauthorized trademarks or imitating well-known brands. Such practices not only result in economic losses to trademark owners but also create potential risks for consumers through the distribution of goods that fail to comply with safety and quality standards. This study aims to examine the legal framework governing trademark protection for Class 3 cosmetic products in Indonesia and to examine law enforcement against trademark infringement involving cosmetic products traded on the Shopee platform. This study adopts a normative legal research method with statutory and conceptual approaches. The legal materials include primary legal sources, especially Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications, supported by secondary legal materials, including scientific journals and relevant legal literature. The findings indicate that trademark protection has been comprehensively regulated under Indonesian trademark law. Nevertheless, its implementation in electronic commerce remains ineffective due to limited supervision mechanisms and the dependence on complaints submitted by trademark owners. Therefore, stronger digital monitoring systems, enhanced responsibilities of e-commerce platform providers, and greater cooperation among the government, trademark owners, and digital marketplace operators are crucial in improving the effectiveness of trademark law enforcement in Indonesia.

Keywords: Trademark Infringement, Class 3 Cosmetics, Shopee, Legal Protection, E-commerce.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong terjadinya perubahan yang sangat pesat signifikan terhadap pola perdagangan di Indonesia. Transaksi jual beli yang pada awalnya dilakukan secara konvensional kini semakin banyak dilaksanakan melalui media elektronik menuju perdagangan berbasis elektronik (electronic commerce atau e-commerce). Transformasi tersebut memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen karena transaksi dapat dilakukan secara cepat, praktis, dan menjangkau wilayah yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Salah satu platform marketplace yang memiliki jumlah pengguna terbesar di Indonesia adalah Shopee. Keberadaan Shopee memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi digital melalui penyediaan sarana perdagangan yang mempertemukan penjual dan pembeli secara daring (Hanafiah et al., 2023).

Di balik berbagai keuntungan yang dihadirkan, perkembangan e-commerce juga membawa berbagai konsekuensi, termasuk timbulnya persoalan hukum, khususnya berkaitan dengan pelanggaran hak kekayaan intelektual. Salah satu bentuk pelanggaran yang umum terjadi ialah penggunaan merek secara tidak sah oleh pihak tanpa hak terhadap produk yang diperdagangkan secara daring. Pelaku usaha dengan sengaja menggunakan merek yang memiliki reputasi tinggi untuk menarik minat konsumen tanpa memperoleh izin dari pemilik merek yang sah. Praktik tersebut menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat sekaligus mengurangi Fungsi merek sebagai penanda yang membedakan suatu barang atau jasa dari barang atau jasa sejenis (Pramono et al., 2023).

Merek merupakan salah satu bagian penting dari Hak Kekayaan Intelektual yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Selain berperan menjadi tanda pengenal suatu produk, merek juga menjadi jaminan kualitas serta reputasi suatu barang yang dipasarkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, negara memberikan perlindungan hukum pada pemegang hak merek melalui UU No 20 Tahun 2016. Perlindungan tersebut diberikan kepada pemilik merek yang telah mendaftarkan mereknya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku prinsip first to file, sehingga individu lain tidak diperkenankan Menggunakan merek mempunyai kesamaan atas pokoknya maupun secara keseluruhan dengan merek yang telah tercatat secara resmi tanpa persetujuan pemegang haknya (Agriansyah, 2023).

Fenomena tersebut dikenal sebagai praktik passing off, yaitu tindakan mempermanfaatkan reputasi merek milik pihak lainnya demi memperoleh keuntungan ekonomi (Aliyya & Dirkareshza, 2023). Produk-produk tersebut banyak dipasarkan melalui platform digital karena proses pemasaran relatif mudah, biaya operasional rendah, serta jangkauan konsumen yang sangat luas (Situngkir, 2023). Dalam konteks ini, perlindungan merek tidak cuman bertujuan menjaga kepentingan pemilik hak, tetapi juga memberikan kepastian hukum guna masyarakat sebagai pengguna produk kosmetik (Sahetapy & Astutik, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas mengenai perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek di Indonesia. Pramono dkk. (2023) menjelaskan bahwa maraknya pemalsuan merek menunjukkan masih lemahnya implementasi perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah. Penelitian tersebut menitikberatkan pada aspek perlindungan hukum secara umum tanpa membahas karakteristik perdagangan elektronik. Selanjutnya, Sembiring dkk. (2022) mengkaji pemasaran produk hasil co-branding secara tidak berhak melalui marketplace didasarkan ketentuan hukum positif Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perkembangan perdagangan digital menimbulkan tantangan baru dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual.

Penelitian lain dilakukan oleh Arkan dan Rahaditya (2023) yang menganalisis Pertanggungjawaban hukum penyelenggara platform digital atas praktik pelanggaran merek yang terjadi di platform digital. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penyelenggara platform memiliki

kewajiban tertentu dalam mencegah terjadinya pelanggaran, namun tanggung jawab tersebut masih terbatas pada mekanisme pelaporan (notice and take down). Senada dengan penelitian tersebut, Saudira (2024) juga menegaskan bahwa efektivitas perlindungan hukum masih dipengaruhi oleh sejauh mana penyelenggara marketplace menjalankan kewajiban pengawasan terhadap barang yang diperdagangkan.

Di sisi lain, Kennedy srta Wartoyo (2024) mengkaji kajian mengenai perlindungan merek pada platform digital atas perspektif hak asasi manusia. Penelitian tersebut menekankan bahwa perlindungan atas hak kekayaan intelektual ialah termasuk pada perlindungan hak ekonomi warga negara sehingga negara memiliki kewajiban untuk menjamin diterapkannya mekanisme penegakan hukum yang efektif dalam menangani setiap bentuk pelanggaran pelanggaran merek di ruang digital. Selain itu, Devi dan Sulisty (2024) menjelaskan bahwa perlindungan terhadap merek terkenal harus tetap diberikan meskipun pelanggaran dilakukan melalui media elektronik karena perkembangan teknologi tidak menghapus hak eksklusif pemilik merek.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai perlindungan merek pada marketplace sudah kerap dijumpai. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus masih membahas pelanggaran merek secara umum atau hanya menyoroti tanggung jawab platform digital tanpa memberikan analisis yang lebih spesifik terhadap produk kosmetik Kelas 3 sebagai salah satu komoditas yang paling banyak diperdagangkan melalui Shopee. Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum menghubungkan secara komprehensif antara pengaturan hukum merek, karakteristik perdagangan kosmetik, serta efektivitas mekanisme penegakan hukum melalui sistem penghapusan produk (take down mechanism) pada platform marketplace.

Aspek kebaruan (novelty) dalam Fokus penelitian ini terletak pada analisis mengenai penegakan hukum atas pelanggaran merek produk kosmetik Kelas 3 yang diperdagangkan melalui platform Shopee dengan menghubungkan tiga aspek utama, yaitu perlindungan hukum terhadap merek bersumber dari UU No 20 Tahun 2016, tanggung jawab penyelenggara e-commerce, dan efektivitas mekanisme pengawasan digital dalam menghapus produk yang melanggar hak merek. Sehingga, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan kajian lebih komprehensif terkait implementasi perlindungan hukum merek di era perdagangan elektronik.

Bertolak dari uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini mengangkat rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaturan hukum mengenai perlindungan merek terhadap produk kosmetik Kelas 3 di Indonesia? (2) Bagaimana penegakan hukum terhadap pelanggaran merek atas produk kosmetik Kelas 3 yang diperdagangkan melalui platform Shopee? Adapun tujuan penelitian ini adalah guna mengkaji aturan hukum mengenai perlindungan merek terhadap produk kosmetik Kelas 3 di Indonesia serta mengkaji efektivitas penegakan hukum terhadap pelanggaran merek yang terjadi melalui platform Shopee sebagai salah satu penyelenggara platform perdagangan elektronik terbesar di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Dalam studi digunakan metode penelitian hukum normatif (normative legal research), yakni penelitian berorientasi atas analisis norma-norma hukum berlaku untuk menjawab permasalahan hukum mengenai perlindungan merek dan penegakan hukum terhadap pelanggaran merek atas produk kosmetik Kelas 3 yang diperdagangkan melalui platform e-commerce, khususnya Shopee. Pemilihan penelitian hukum normatif didasarkan pada karakteristik objek penelitian yang mengkaji peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta putusan pengadilan secara analitis, serta berbagai literatur ilmiah yang berkaitan dengan hak atas merek dan perdagangan elektronik.

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Pendekatan perundang-undangan diterapkan melalui penelaahan terhadap berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan

yang mengatur isu hukum yang menjadi objek penelitian, guna memperoleh landasan yuridis dalam menganalisis permasalahan yang dikaji. Sementara itu, Pendekatan konseptual ditempuh melalui pengkajian terhadap konsep, asas, doktrin, dan pemikiran para ahli hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian dasar untuk memperkuat analisis terhadap permasalahan hukum yang diteliti perlindungan hak atas merek di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta berbagai aturan lain yang memiliki kaitan dengan penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Di sisi lain, pendekatan konseptual digunakan guna menelaah konsep-konsep hukum dan doktrin yang berkembang pada studi hukum sebagai landasan dalam menganalisis permasalahan penelitian perlindungan hak kekayaan intelektual, prinsip itikad baik atas pendaftaran serta penggunaan merek, tanggung jawab penyelenggara marketplace, serta Sistem penegakan hukum atas pelanggaran hak atas merek di kegiatan perdagangan elektronik (Wicaksana et al., 2024).

Bahan hukum primer mencakup ketentuan aturab perundang-undangan mengatur mengenai perlindungan hak atas merek, perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan konsumen, serta regulasi lain yang memiliki keterkaitan atas kewajiban penyelenggara platform digital atas pelanggaran hak atas merek, perdagangan elektronik, dan perlindungan konsumen, terutama UU No 20 Tahun sebagai dasar utama perlindungan hukum atas merek terdaftar di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan ketentuan mengenai penyelenggaraan sistem elektronik serta regulasi yang berkaitan dengan pengawasan perdagangan melalui marketplace.

Bahan hukum sekunder didapatkan atas beragam karya ilmiah yang relevan, yakni buku, artikel ilmiah, artikel nasional yang berakreditasi, prosiding, dan hasil kajian terdahulu mengenai perlindungan merek, hak kekayaan intelektual, tanggung jawab platform digital, perlindungan konsumen, serta perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia. Literatur tersebut digunakan untuk memberikan landasan teoritis sekaligus membandingkan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya sehingga dapat ditemukan posisi kebaruan (novelty) penelitian ini. Penelitian terdahulu mengenai perlindungan hak merek pada marketplace menunjukkan bahwa tantangan utama penegakan hukum terletak pada pesatnya perkembangan perdagangan digital yang belum sepenuhnya diimbangi dengan mekanisme pengawasan yang efektif (Akbar Syaifulloh, 2024; Wardhana & Kurniawan, 2025).

Bahan hukum tersier mencakup kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan berbagai sumber rujukan dokumen pendukung menunjang peneliti dalam mengerti konsep-konsep hukum dipergunakan selama proses studi. Kegunaan ketiga jenis bahan hukum tersebut dimaksudkan agar analisis yang dilakukan bersifat komprehensif dan memiliki dasar argumentasi yang kuat.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan bahan hukum menggunakan metode studi kepustakaan (library research), yaitu melalui proses menginventarisasi, serta mengkaji berbagai sumber hukum yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Seluruh bahan hukum dikumpulkan melalui penelusuran terhadap aturab perundang-undangan, jurnal ilmiah, prosiding, buku referensi, serta publikasi akademik yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, peneliti juga melakukan penelaahan terhadap berbagai penelitian yang membahas pelanggaran merek pada platform e-commerce, khususnya Shopee, untuk memperoleh gambaran mengenai praktik penegakan hukum yang berkembang saat ini (Kennedy & Wartoyo, 2024).

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis hukum secara metode kualitatif serta pendekatan deskriptif-analitis, analisis dilakukan melalui tahapan interpretasi terhadap norma-norma hukum yang berlaku, kemudian dikaitkan dengan fenomena pelanggaran merek atas produk kosmetik Kelas 3 yang diperdagangkan melalui Shopee. Selanjutnya, hasil analisis dibandingkan dengan berbagai pendapat ahli dan hasil penelitian terdahulu untuk

mengetahui sejauh mana efektivitas implementasi aturan perundang-undangan dalam mewujudkan upaya perlindungan hukum atas pemegang hak atas merek maupun konsumen.

Dengan teknik tersebut, studi berikut diharapkan bisa memberikan analisis komprehensif serta sistematis terkait pengaturan hukum terkait hukum perlindungan merek terhadap produk kosmetik Kelas 3 di Indonesia sekaligus mengevaluasi efektivitas implementasi penegakan hukum atas pelanggaran hak atas merek terjadi atas platform Shopee. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian hukum kekayaan intelektual, temuan studi berikut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pemilik merek, serta penyelenggara e-commerce atas memperkuat mekanisme perlindungan hukum di era perdagangan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum dan Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Merek atas Produk Kosmetik Kelas 3 pada Platform Shopee

Perlindungan terhadap merek termasuk pada perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dimaksudkan sebagai upaya guna pemberia kepastian hukum kepada pemegang hak atas merek serta memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik perdagangan yang tidak jujur. Di Indonesia, perlindungan tersebut diatur pada UU No 20 Tahun 2016 mengakui hak eksklusif bagi pemegang merek terdaftar didasarkan penerapan prinsip first to file. Artinya, hak eksklusif atas merek diberikan pada perorangan yang pertama kali mendaftarkan mereknya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), sehingga pihak lain tidak diperbolehkan memanfaatkan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar tanpa memperoleh persetujuan atau izin atas pemegang hak (Agriansyah, 2023).

Dalam industri kosmetik, perlindungan merek memiliki arti penting karena produk kosmetik yang termasuk dalam Kelas 3 berdasarkan Nice Classification merupakan salah satu komoditas dengan tingkat persaingan yang tinggi. Tingginya permintaan masyarakat terhadap produk kecantikan menyebabkan banyak pelaku usaha memanfaatkan reputasi merek terkenal dengan menjual produk tiruan atau menggunakan merek yang menyerupai merek asli. Kondisi tersebut tidak cuman merugikan pemegang hak merek, melainkan berpotensi membahayakan konsumen apabila produk dipasarkan tidak memenuhi standar keamanan dan kualitas (Situngkir, 2023).

Perlindungan hukum diberikan pada UU No 20 Tahun 2016 yang dilaksanakan melalui mekanisme preventif serta represif. Upaya preventif dilakukan dengan melalui sistem pendaftaran merek sehingga pemilik memperoleh hak eksklusif atas penggunaan mereknya. Sementara itu, perlindungan represif dilakukan melalui penyelesaian sengketa, gugatan ganti kerugian, penghentian penggunaan merek, hingga pemberian sanksi pidana terhadap pelaku pelanggaran. Selain itu, penggunaan merek harus didasarkan pada prinsip itikad baik, sehingga pendaftaran maupun penggunaan merek yang bertujuan meniru atau membongceng reputasi pihak lain dapat dibatalkan berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku (Wicaksana et al., 2024).

Perkembangan perdagangan elektronik melalui platform e-commerce, khususnya Shopee, menghadirkan tantangan baru dalam implementasi perlindungan merek. Kemudahan membuka toko dan memasarkan produk secara daring menyebabkan peredaran produk kosmetik bermerek palsu semakin sulit diawasi. Salah satu praktik pelanggaran banyak dijumpai ialah praktik passing off, yaitu penggunaan nama, logo, desain kemasan, ataupun cover produk yang menyerupai merek terkenal Sehingga menciptakan persepsi bahwa produk tersebut diproduksi ataupun dipasarkan oleh pemegang hak atas merek sah (Aliyya & Dirkareshza, 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran merek pada marketplace tidak hanya berhubungan dengan relasi antara pemilik merek serta pelaku usaha, melainkan melibatkan penyelenggara platform digital. Sebagai penyedia sarana perdagangan elektronik, Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyediakan sistem yang mampu meminimalkan peredaran produk yang

bertentangan dengan HKI. Saat ini Shopee telah menyelenggarakan sarana pelaporan (notice and take down), yaitu sistem yang memungkinkan pemilik merek mengajukan laporan terhadap produk yang diduga melanggar hak merek agar segera dihapus dari platform. Mekanisme ini merupakan bentuk perlindungan awal bagi pemilik hak, namun pelaksanaannya masih bersifat reaktif karena bergantung pada laporan dari pemilik merek (Arkan & Rahaditya, 2023).

Kondisi tersebut menyebabkan efektivitas penegakan hukum terhadap pelanggaran merek di Shopee belum sepenuhnya optimal. Setelah suatu produk dihapus, penjual masih dapat membuat akun baru dan kembali memperdagangkan produk yang sama dengan identitas berbeda. Selain itu, jumlah produk yang diperdagangkan setiap hari sangat besar sehingga pengawasan secara manual menjadi sulit dilakukan. Saudira (2024) menyatakan bahwa tanggung jawab penyelenggara marketplace tidak cukup hanya menyediakan mekanisme pelaporan, tetapi juga perlu diimbangi dengan pengawasan yang lebih aktif untuk mencegah berulangnya pelanggaran merek.

Penelitian Akbar Syaifulloh (2024) juga menunjukkan bahwa perkembangan perdagangan digital menuntut adanya penyesuaian terhadap mekanisme perlindungan hak merek. Meskipun regulasi mengenai merek telah mengatur hak dan kewajiban pemegang merek serta sanksi terhadap pelanggar, belum terdapat pengaturan yang secara khusus mengatur mekanisme pengawasan digital oleh penyelenggara marketplace. Akibatnya, penyelesaian pelanggaran masih lebih banyak dilakukan setelah adanya laporan dari pemilik merek dibandingkan melalui sistem pencegahan yang bersifat otomatis.

Selain melindungi kepentingan pemilik merek, penegakan hukum juga berfungsi memberikan perlindungan kepada konsumen. Produk kosmetik yang menggunakan merek palsu sering kali tidak memiliki jaminan mutu maupun keamanan sehingga dapat menimbulkan kerugian kesehatan bagi pengguna. Oleh karena itu, perlindungan hak atas merek tidak dapat dipisahkan dari perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan elektronik (Sahetapy & Astutik, 2023). Pandangan tersebut selaras dengan pendapat Kennedy dan Wartoyo (2024) menjelaskan perlindungan hak kekayaan intelektual merupakan termasuk pada perlindungan hak ekonomi masyarakat wajib dijamin oleh negara melalui sistem hukum yang efektif.

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menunjukkan bahwa tantangan utama penegakan hukum terhadap pelanggaran merek bukan terletak pada kurang memadainya regulasi, melainkan pada pelaksanaan pengawasan di ruang digital. Wardhana dan Kurniawan (2025) menjelaskan bahwa pengawasan terhadap pelanggaran merek di marketplace memerlukan mekanisme yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk penggunaan sistem deteksi otomatis terhadap produk yang diduga melanggar hak merek. Sehingga, kewajiban penyelenggara platform tidak sebatas bersifat administratif, melainkan harus diwujudkan melalui upaya preventif untuk mengurangi peredaran produk yang melanggar hukum.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat diketahui Indonesia sejatinya sudah mempunyai instrumen hukum yang memadai atas memberikan perlindungan terhadap merek melalui berbagai instrumen UU No 20 Tahun 2016. Namun, perkembangan perdagangan elektronik menghadirkan tantangan baru yang memerlukan penguatan mekanisme penegakan hukum, khususnya terhadap produk kosmetik Kelas 3 yang dipasarkan melalui Shopee. Penguatan tersebut dapat dilakukan dengan peningkatan kerja sama diantara pemerintah, DJKI, pemilik merek, serta penyelenggara marketplace, disertai pemanfaatan teknologi digital untuk mendeteksi produk yang melanggar merek secara lebih cepat. Sehingga, perlindungan hukum tidak sebatas memberikan kepastian bagi pemilik merek, melainkan membuat perdagangan elektronik yang sehat, adil, serta memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen.

KESIMPULAN

Temuan penelitian memperlihatkan perlindungan hukum atas merek produk kosmetik Kelas 3 di Indonesia telah diatur melalui UU No 20 Tahun 2016 mengakui hak eksklusif atas merek bagi pemegang merek terdaftar serta menyediakan upaya hukum terhadap setiap bentuk pelanggaran. Pengaturan tersebut menjadi dasar dalam memberikan perlindungan atas kepentingan pemilik merek serta memberikan kepastian hukum pada kegiatan perdagangan.

Namun, penegakan hukum terhadap pelanggaran merek pada platform Shopee masih menghadapi berbagai kendala, terutama karena mekanisme pengawasan yang lebih bersifat reaktif dan bergantung pada laporan dari pemilik merek. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan digital, peningkatan tanggung jawab penyelenggara marketplace, serta sinergi diantara pemerintah, pemegang hak atas merek, dan penyelenggara sistem perdagangan melalui elektronik sehingga perlindungan hukum atas merek bisa terlaksana lebih optimal di era perdagangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang berupa jurnal ilmiah

- Agriansyah, H. (2023). Analisis penghapusan merek oleh pihak ketiga berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Putusan Nomor 120/Pdt.Sus/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst). *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 2(4), 218–229.
- Akbar Syaifulloh, S. (2024). Analisis yuridis tentang perlindungan hak merek dalam era digital: Studi kasus tentang pelanggaran hak merek di platform marketplace Shopee. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 17.
- Aliyya, A. L. S., & Dirkareshza, R. (2023). Passing off dalam persaingan usaha yang menimbulkan pelanggaran hak atas merek. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 10(2).
- Arkan, M., & Rahaditya, R. (2023). Pertanggungjawaban hukum penyedia platform terhadap fenomena pelanggaran merek di marketplace. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(1).
- Devi, S. N. R., & Sulisty, A. Q. P. (2024). Analisis perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang asing yang terkenal dari pelanggaran di Indonesia. *UNES Journal of Swara Justisia*, 8(2).
- Hanafiah, A., Laylatushufa, N., Ahmad, F. S., Wibowo, M. W., & Nusraningrum, D. (2023). Purchase intention of halal lip cosmetics on Shopee among youth generation: An investigation using Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(3), 282–299.
- Kennedy, A., & Wartoyo, F. X. (2024). Perlindungan merek dagang pada platform e-commerce di Indonesia ditinjau dari perspektif HAM. *Journal of Intellectual Property (JIPRO)*, 7(2).
- Pramono, D., Wijaya, G. A., & Zulkarnain, A. (2023). Perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah akibat maraknya pemalsuan merek. *Supremasi: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, Hukum, & Pengajarannya*, 18(1), 13–29.
- Sahetapy, W. L., & Astutik, S. (2023). Penjualan produk kosmetik ilegal melalui lokapasar Shopee ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1).
- Saudira, R. A. (2024). Pertanggungjawaban hukum penyedia platform terhadap barang yang melanggar merek dalam perdagangan online marketplace (Studi kasus: Penyelenggara perdagangan online dan isu pemalsuan produk). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(2), 5195–5210.
- Sembiring, Y. A. G., Budhijanto, D., & Rafianti, L. (2022). Aspek hukum penjualan produk co-branding secara tanpa hak pada loka pasar (e-commerce) berdasarkan legislasi di Indonesia. *Jurnal Reformasi Hukum*, 26(1), 79–97.

- Simanjuntak, Y. N. (2023). Pelanggaran indikasi geografis ditinjau dari aspek perlindungan konsumen. *Perspektif Hukum*, 23(1), 58–81.
- Situngkir, A. H. (2023). Legal protection for consumers against the distribution of illegal cosmetics in online stores (e-commerce) in terms of Law of the Republic of Indonesia Number 17 of 2023 concerning Health. *Asian Journal of Healthcare Analytics*, 2(2), 383–400.
- Wardhana, I. G. A. N. G. W., & Kurniawan, I. G. A. (2025). Tinjauan yuridis mekanisme pengawasan dan penanganan sengketa pelanggaran merek di marketplace digital di Indonesia. *BACARITA Law Journal*, 5(2), 338–351.
- Wicaksana, A. N., Rizka, & Farid, A. M. (2024). Asas itikad baik dan akibat hukum itikad tidak baik dalam pendaftaran merek. *Supremasi: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, Hukum, & Pengajarannya*, 19(1), 74–85.

Pustaka yang berupa prosiding seminar

- Akbar Syaifulloh, S. (2024). Analisis yuridis tentang perlindungan hak merek dalam era digital: Studi kasus tentang pelanggaran hak merek di platform marketplace Shopee. Dalam *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities (Vol. 17)*. *Proceedings of Seminar International Legal Development in Twenty-First Century Era*.