



## Analisis Aspek Kriminologi dalam Tindak Pidana Pelanggaran Hak Merek sebagai Kejahatan Ekonomi yang Mengganggu Perlindungan Hukum dan Keadilan Sosial

Moh Zulham Sidiq

Fakultas Hukum, Universitas Komputer, Jl. Dipati Ukur No.112-116, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40132

\*Penulis Korespondensi : [zulham.31621701@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:zulham.31621701@mahasiswa.unikom.ac.id)

**Abstract.** A brand is one of the most valuable intellectual assets in the business sector, serving not only as a product identity but also as a reflection of reputation and quality. However, the increasing phenomenon of brand infringement indicates the urgent need for stronger and more effective legal protection. Brand infringement brings various negative consequences, including loss of consumer trust, unfair competition, and significant financial losses for brand owners. This study aims to analyze brand infringement from a criminological perspective, identify causal factors, and evaluate the role of law in addressing such violations. The research employs normative legal methods through analysis of statutory regulations, legal and criminological theories, and a literature-based approach using secondary data obtained from books, journals, and legal documents. The findings reveal that criminology provides relevant insights through theories such as Rational Choice Theory, which explains that perpetrators calculate the risks and benefits before committing the violation, and Anomie Strain Theory, which highlights how the inability to achieve economic or social goals legally can drive individuals or groups to commit brand infringement. The classification of violations includes imitation, counterfeiting, misuse, and unlawful exploitation of brand rights. Several causal factors were identified, including weak legal supervision, limited enforcement, and the high consumer demand for cheaper counterfeit products. Furthermore, the study underlines the essential role of the criminal justice system in addressing brand infringement through the enforcement of criminal, civil, and administrative sanctions as regulated under Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. In conclusion, brand infringement is not merely a legal issue but also a criminological problem that requires comprehensive handling through effective law enforcement, stronger supervision, and increased public awareness to protect intellectual property and ensure fair business practices.

**Keywords:** Criminal Law; Criminology; Economic Crime; Legal Protection; Trademarks

**Abstrak.** Merek merupakan salah satu aset intelektual paling berharga di sektor bisnis, tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk tetapi juga sebagai cerminan reputasi dan kualitas. Namun, meningkatnya fenomena pelanggaran merek menunjukkan kebutuhan mendesak akan perlindungan hukum yang lebih kuat dan efektif. Pelanggaran merek membawa berbagai konsekuensi negatif, termasuk hilangnya kepercayaan konsumen, persaingan tidak sehat, dan kerugian finansial yang signifikan bagi pemilik merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelanggaran merek dari perspektif kriminologi, mengidentifikasi faktor-faktor penyebab, dan mengevaluasi peran hukum dalam menangani pelanggaran tersebut. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif melalui analisis peraturan perundang-undangan, teori hukum dan kriminologi, serta pendekatan berbasis literatur dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen hukum. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa kriminologi memberikan wawasan yang relevan melalui teori-teori seperti Teori Pilihan Rasional, yang menjelaskan bahwa pelaku memperhitungkan risiko dan manfaat sebelum melakukan pelanggaran, dan Teori Ketegangan Anomie, yang menyoroti bagaimana ketidakmampuan mencapai tujuan ekonomi atau sosial secara hukum dapat mendorong individu atau kelompok untuk melakukan pelanggaran merek. Klasifikasi pelanggaran meliputi peniruan, pemalsuan, penyalahgunaan, dan eksploitasi hak merek secara melawan hukum. Beberapa faktor penyebab diidentifikasi, antara lain lemahnya pengawasan hukum, terbatasnya penegakan hukum, dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk palsu yang lebih murah. Lebih lanjut, studi ini menggarisbawahi peran penting sistem peradilan pidana dalam menangani pelanggaran merek melalui penegakan sanksi pidana, perdata, dan administratif sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Kesimpulannya, pelanggaran merek bukan sekadar masalah hukum, melainkan juga masalah kriminologis yang memerlukan penanganan komprehensif melalui penegakan hukum

yang efektif, pengawasan yang lebih ketat, dan peningkatan kesadaran masyarakat untuk melindungi kekayaan intelektual dan memastikan praktik bisnis yang adil.

**Kata Kunci:** Kejahatan Ekonomi; Kriminologi; Merek; Perlindungan Hukum; Pidana

## 1. PENDAHULUAN

Merek termasuk aset intelektual yang sangat berguna di sektor dunia bisnis. Sebagai identitas sebuah produk, merek menjadi pembeda terhadap produk atau jasa lain serta mencerminkan reputasi, kualitas, dan kepercayaan dari konsumen. Merek yang kuat tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan bagi pemiliknya. Dalam banyak kasus, merek yang terkenal dapat menjadi aset paling berharga bagi perusahaan, karena memiliki peran penting dalam strategi pemasaran dan pengembangan bisnis (Alif & Aminah, 2024).

Merek adalah tampilan dari sebuah produk yang dipahami oleh masyarakat sebagai konsumen yang menjadikan produk yang memiliki merek khusus dapat mempunyai harga lebih tinggi daripada produk serupa namun memiliki merek yang berbeda, hal ini bisa disebabkan masyarakat sebagai konsumen bersedia memilih merek tertentu bahkan dengan harga yang lebih tinggi, sebab percaya terhadap merek tersebut. Hal ini juga memunculkan suatu opsi dari kompetitor untuk bersaing dengan cara tidak sehat dengan cara meniru atau memasukkan suatu merek terdaftar namun menjualnya dengan harga di bawah pasaran dibandingkan produk asli dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, perlindungan terhadap merek menjadi hal yang sangat krusial untuk menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya merek, kasus pelanggaran merek pun terus meningkat di berbagai industri. Tindak pidana ini dapat berupa penggunaan merek tanpa izin, pemalsuan merek, pemakaian merek yang serupa dengan merek terkenal dengan tujuan menyesatkan konsumen. Kasus pelanggaran merek banyak terjadi di sektor industri yang memiliki tingkat persaingan tinggi, seperti fashion, teknologi, farmasi, dan barang konsumsi. Fenomena ini menunjukkan bahwa pelanggaran merek bukan sebatas terjadi di pasar lokal namun dapat ditemui di tingkatan Global, sehingga berdampak luas pada berbagai aspek ekonomi dan sosial (Afif & Sugiyono, 2021).

Contoh kasus pelanggaran merek terjadi di antaranya pada awal September 2015, yang melibatkan PT Phapros, sebuah entitas bisnis yang mengajukan kasasi terhadap Merck KGaA, sebagai entitas bisnis sektor farmasi multinasional yang berpusat di Jerman. Sengketa ini bermula dari gugatan Merck yang diajukan pada Januari 2015 di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Merck menuduh PT Phapros memakai merek “Bioneuron” yang serupa dengan merek

mereka, baik dari segi bentuk, ucapan, maupun bunyi, yang dianggap bisa menjadikan konsumen bingung terkait asal sebuah produk. Dalam persidangan, PT Phapros berargumen bahwa gugatan Merck tidak berdasar dan tidak seharusnya diterima. Mereka merasa keputusan pengadilan tingkat pertama tidak adil dan berpihak kepada Merck, menganggap bahwa prosedur beracara tidak diikuti dengan benar. Oleh karena itu, PT Phapros membuat kasasi namun ditolak melalui putusan nomor 409 K/Pdt.Sus-HKI/2015 dan menerangkan bahwasanya pengadilan tingkat pertama sudah mengimplementasikan hukum dengan benar (Kansil & Kansil, 2021).

Kasus sengketa merek berikutnya yaitu antara Ruben Onsu dan Benny Sujono yang dimulai pada 22 Agustus 2019, ketika Ruben Onsu menggugat PT Ayam Geprek Benny Sujono di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dengan register nomor 57/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst. Ruben Onsu mengklaim bahwa ia merupakan pemilik sah untuk merek "Bensu", sejak 07 Juni 2018. Ruben menuduh PT Ayam Geprek Benny Sujono, yang mengoperasikan restoran sejak 17 April 2017, telah menggunakan merek "Bensu" tanpa izin. Nama "Bensu" pada restoran milik Benny Sujono sebenarnya diambil dari nama ayah Yangcent, salah satu pendiri perusahaan tersebut. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat memutuskan bahwasannya PT Ayam Geprek Benny Sujono menjadi pemilik sah merek tersebut. Ruben Onsu kemudian mengajukan kasasi pada 23 April 2020, namun ditolak pada 20 Mei 2020. Pada 6 Oktober 2020, DJKI Kemenkumham menghapus pendaftaran merek "Geprek Bensu" milik baik Benny Sujono maupun Ruben Onsu melalui SK No HKI.4-HI.06.06.03-10/2020 (Angelica et al., 2021).

Kasus besar terbaru yaitu Sengketa merek antara PT Gudang Garam Tbk (GGRM) dan perusahaan Gudang Baru mencuat ke publik ketika GGRM mengajukan gugatan terhadap Ali Khosin pemilik Gudang Baru pada 22 Maret 2021. Gudang Garam mengklaim bahwa merek produk Gudang Baru mirip dengan merek mereka, berpotensi menyesatkan konsumen dan merugikan reputasi merek Gudang Garam. Gudang Garam meminta pengadilan mengabulkan gugatan sepenuhnya, menyatakan merek mereka sebagai merek terkenal, dan membatalkan pendaftaran merek Gudang Baru. PN Surabaya memproses gugatan tersebut dengan nomor perkara 3/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Sby. Pada akhirnya, putusan Mahkamah Agung pada 4 Juli 2022 memenangkan Gudang Garam dan pihak-pihak yang melanggar dikenakan pidana empat tahun penjara atau denda maksimal Rp2 miliar (Denny et al., 2022).

Dasar hukum merek adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Sebagai bentuk pemberian perlindungan hukum atas merek sebab memiliki nilai ekonomi terhadap sebuah produk sekaligus presentasikan

kualitas produk tersebut dan menjadi pembeda terhadap produk kompetitornya (Hajizi et al., 2019).

Berdasarkan pasal 95 undang-undang merk, tindak pidana merek merupakan delik aduan sehingga menjadikan aparat kepolisian hanya dapat menunggu adanya pihak yang membuat aduan terkait delik merek sebab merasa dirugikan. Berdasarkan UU merk tertulis bahwasanya semua jenis merk berbentuk logo, baik nama ataupun tulisan yang penggunaannya sebagai tanda pengenal untuk sebuah produk atau jasa. Maka wajib mendapatkan perlindungan hukum apabila sudah didaftarkan oleh pemiliknya (Nafri, 2018). Jadi apabila ada orang yang secara sengaja maupun karena kealpaannya memakai logo maupun simbol untuk tujuan komersial maka mereka akan mendapatkan sanksi yaitu terancam hukuman pidana sesuai undang-undang merk sebagaimana pasal 100 ayat (1) dan (2).

*“(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”*

Dampak negatif pelanggaran merek sangat signifikan terhadap perekonomian terutama karena menurunnya kepercayaan konsumen. Ketika konsumen menemukan produk tiruan yang kualitasnya jauh di bawah standar, kepercayaan mereka terhadap merek asli dapat menurun sehingga berujung pada penurunan penjualan dan bahkan mengganggu stabilitas ekonomi negara. Produk tiruan yang dibuat di bawah standar produk asli bisa juga membahayakan keselamatan konsumen, terutama jika produk tersebut berupa produk obat-obatan palsu atau barang elektronik yang dapat menimbulkan risiko kesehatan atau bahaya lainnya. Bagi pemilik merek, tindak pidana merek dapat menimbulkan kerugian finansial, baik hilangnya potensi penjualan, biaya proses hukum, hingga biaya untuk menjaga reputasi dan citra merek yang telah dipalsukan (Sanjaya & Rudy, 2018).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti hendak berfokus menganalisis secara mendalam aspek perspektif kriminologi dalam menjelaskan tindak pidana pelanggaran merek serta bagaimana peran hukum pidana dalam mengatasi tindak pidana pelanggaran merek. Pendekatan kriminologi menjadikan peneliti dapat memahami motif di balik pelanggaran, misalnya untuk keuntungan finansial atau sebagai bentuk persaingan tidak sehat. Analisis

tersebut diharap dapat membantu untuk menyusun langkah hukum yang efektif, baik melalui penegakan hukum, edukasi masyarakat, maupun kerjasama antara pemerintah, industri serta stakeholder dalam menanggulangi tindak pidana merek.

Berdasarkan berbagai permasalahan terkait merek dan pemaparan tentang berbagai dampak negatifnya, peneliti hendak melakukan penelitian berjudul “Aspek Kriminologi dalam Tindak Pidana Merek”. Tujuan studi ini yaitu menganalisis secara mendalam bagaimana perspektif kriminologi dapat menjelaskan tindak pidana pelanggaran merek, serta untuk memahami peran hukum pidana dalam penanganan kasus-kasus tersebut. Peneliti berupaya mengidentifikasi faktor-faktor penyebab dan karakteristik pelaku pelanggaran merek, dan mengkaji bagaimana peran hukum dalam mengatasinya sehingga dapat memberikan tambahan wawasan mengenai tantangan dan solusi dalam menanggulangi tindak pidana pelanggaran merek.

## **2. METODE**

Peneliti menggunakan studi yuridis normatif dalam menganalisa tindak pidana pelanggaran merek dari perspektif hukum dan kriminologi. Penelitian yuridis normatif dilakukan dengan menelaah dan menganalisis undang-undang terkait perlindungan merek bidang kejahatan terhadapnya, serta teori-teori hukum dan kriminologi yang relevan (Wigonjosebroto, 2013). Peneliti menggunakan pendekatan kepustakaan untuk mengumpulkan data sekunder yang mendukung analisis terhadap permasalahan penelitian. Pendekatan kepustakaan mencakup pengumpulan dan pengkajian berbagai literatur, seperti jurnal, buku, undang-undang maupun dokumen hukum yang lain terkait kriminologi dan hukum pidana terkait merek (Soerjono, 2007).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Perspektif Kriminologi Terkait Tindak Pidana Pelanggaran Merek**

Kriminologi menganggap bahwasanya suatu tindak pidana adalah fenomena secara sosial yang secara otomatis menganggap bahwasanya pelaku akan selalu membangun sebuah interaksi sosial dan menjadikan suatu tindak pidana akan membawa dampak dan konsekuensi tertentu terkait interaksi antar masyarakat. Ruang lingkup pembahasan kriminologi meliputi tiga aspek utama yakni (*making law*) atau mekanisme penyusunan hukum pidana etiologi kriminal yang mengkaji teori penyebab tindak pidana (*breaking of Laws*) reaksi atas adanya tindak pidana (*reacting toward the breaking laws*) baik berupa tindakan represif dan preventif

(Situmorang, 2021). Aspek kriminologi mencakup beberapa elemen penting, yaitu (Alam & Ilyas, 2020):

1. **Teori Kriminologi:** Mencakup berbagai teori yang mencoba menjelaskan penyebab kejahatan, seperti teori sosialisasi, teori strain, dan teori kontrol sosial.
2. **Klasifikasi Kejahatan:** Mengkategorikan jenis-jenis kejahatan, misalnya kejahatan kekerasan, kejahatan ekonomi, dan kejahatan narkoba.
3. **Profil Pelaku:** Meneliti karakteristik pelaku kejahatan, termasuk faktor-faktor sosial, psikologis, dan ekonomi yang mempengaruhi perilaku kriminal.
4. **Pencegahan dan Pengendalian:** Mengembangkan strategi untuk mencegah kejahatan dan mengurangi tingkat kriminalitas, serta merancang kebijakan dan intervensi yang efektif.
5. **Sistem Peradilan Pidana:** Menganalisis bagaimana sistem peradilan menangani kasus kejahatan, termasuk penegakan hukum, proses pengadilan, dan hukuman.

Terkait pelanggaran merek yang dikaji, terdapat beberapa teori kriminologi yang digunakan oleh peneliti. Teori Pilihan Rasional (*Rational Choice Theory*) dari Cornish dan Clarke berfokus pada premis bahwa individu membuat keputusan untuk melakukan kejahatan berdasarkan pertimbangan rasional terhadap manfaat dan risiko yang terlibat. Pelaku mempertimbangkan potensi keuntungan finansial dari tindakan pelanggarannya dibandingkan dengan risiko sanksi hukuman (Dermawan, 2001). Misalnya, dalam kasus *Gudang Baru vs. Gudang Garam*, pelaku pelanggaran merek akan menimbang biaya-manfaat di mana potensi keuntungannya jauh lebih besar daripada risiko hukuman. Terkait cakupan *making laws*, undang-undang bertujuan mengubah kalkulasi rasional dari potensi pelanggar. Hukum bertindak sebagai faktor eksternal yang meningkatkan biaya bagi mereka untuk melakukan pelanggaran melalui sanksi yang berat seperti denda atau hukuman penjara. Terkait *reacting toward the breaking laws*, dalam konteks teori pilihan rasional juga mencakup tindakan preventif untuk mengurangi pelanggaran kedepannya. Misalnya, dalam kasus *Ruben Onsu vs. PT Ayam Geprek Benny Sujono*, keputusan pengadilan dalam hal pembatalan pendaftaran merek bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang lebih teratur di mana entitas bisnis akan berpikir dua kali sebelum melakukan pelanggaran.

Teori berikutnya yaitu *Anomie Strain* oleh Robert K. Merton, yang mengaitkan perilaku kriminal dengan ketidakseimbangan antara tujuan budaya dan sarana yang tersedia untuk mencapainya. Teori ini menyatakan bahwa masyarakat menetapkan tujuan tertentu seperti kesuksesan finansial, namun tidak semua anggota masyarakat memiliki akses yang sama terhadap sarana yang sah untuk mencapai tujuan tersebut. Akibatnya, beberapa individu atau kelompok mungkin memilih jalur yang tidak sah, seperti melakukan pelanggaran merek,

untuk mencapai kesuksesan ekonomi yang sama (Padmarini et al., 2024). Terkait permasalahan pelanggaran merek, *strain* dapat terjadi ketika entitas bisnis merasa bahwa mereka tidak dapat bersaing dengan merek-merek besar atau terkenal melalui cara-cara yang sah. Seperti dalam kasus Gudang Baru dengan Gudang Garam terkait peniruan merek untuk mendapatkan keuntungan ekonomi yang cepat. Ketidakmampuan untuk bersaing secara adil dan tekanan pasar yang tinggi menciptakan strain yang mendorong perilaku kriminal, seperti pelanggaran merek.

Teori Anomie Strain memberikan penjelasan yang relevan mengenai etiologi kriminal dalam pelanggaran merek terutama kasus Gudang Garam dan Gudang Baru sebagai respons terhadap tekanan sosial dan ekonomi. Pemilik Gudang Baru memiliki tekanan untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan produknya di pasar yang sangat kompetitif. Namun, karena berbagai faktor termasuk keterbatasan sumber daya atau akses ekonomi yang legal, maka ada kecenderungan untuk memilih jalur alternatif, yaitu penggunaan merek yang mirip dengan merek terkenal yaitu Gudang Garam. Terkait cakupan *breaking of Laws*, maka terjadi *strain* dalam upaya untuk bersaing di pasar rokok yang sangat kompetitif sehingga ketidakmampuan menciptakan merek yang dikenal seperti Gudang Garam bisa memicu tindakan pelanggaran merek yang diperburuk ketidakseimbangan antara keuntungan finansial yang besar dan rendahnya risiko sanksi. Reaksi terhadap pelanggaran hukum dalam cakupan kriminologi, yang diuraikan dalam teori ini mencakup tindakan represif, seperti hukuman pidana yang dijatuhkan kepada Ali Khosin, pemilik Gudang Baru, dan pencegahan melalui edukasi dan sosialisasi pentingnya kepatuhan hukum.

Teori Kontrol Sosial dari Travis Hirschi yang menjelaskan bahwa kejahatan terjadi ketika ikatan individu dengan masyarakat melemah. Ketika mekanisme kontrol sosial, seperti norma hukum dan etika bisnis kurang efektif, maka peluang pelanggaran akan lebih tinggi. Teori ini menekankan pentingnya empat elemen kontrol sosial, yaitu keterikatan, komitmen, keterlibatan, dan keyakinan (Putra, 2014). Terkait tindak pidana merek, teori ini dapat diterapkan untuk memahami mengapa beberapa entitas bisnis, seperti PT Ayam Geprek Benny Sujono atau Gudang Baru berusaha melakukan pelanggaran hak merek karena lemahnya keterikatan atau komitmen pelaku terhadap norma-norma hukum yang berlaku. Proses *making laws*, terkait merek mencerminkan upaya memperkuat kontrol sosial terhadap entitas bisnis untuk mematuhi aturan. Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, misalnya, menetapkan sanksi pidana bagi pelanggar hak merek untuk memastikan bahwa entitas bisnis tetap terikat dengan hukum dan bertujuan meningkatkan komitmen pelaku usaha terhadap kepatuhan hukum.

## **B. Klasifikasi Kejahatan**

Tindak pidana merek memang merupakan bagian dari kejahatan kekayaan intelektual, di mana pelanggaran tersebut merusak nilai ekonomi dan reputasi dari pemilik merek. Selain itu kejahatan ini bukan sebatas menjadikan mereka yang memiliki merek secara sah merugi namun dapat menipu konsumen yang percaya bahwa mereka membeli produk asli (Khairi, 2022). Contohnya adalah kasus pemalsuan merek di mana pelaku memakai merek dagang yang mirip terhadap merk terdaftar untuk menjual produk yang serupa. Hal tersebut bukan sebatas merugikan pemilik merek dalam hal finansial namun dapat memperburuk reputasi mereka jika produk palsu tersebut memiliki kualitas yang buruk.

Pelanggaran hak merek juga merupakan bentuk tindak pidana yang umum terjadi, terutama di industri dengan persaingan tinggi. Pelaku menggunakan merek yang telah terdaftar tanpa izin pemiliknya untuk keuntungan pribadi. Pelanggaran semacam ini dapat melibatkan produk palsu yang secara sengaja disamarkan sebagai produk asli, sehingga menciptakan kebingungan di pasar dan menipu konsumen (Widyani & Hediati, 2024). Misalnya, ketika sebuah perusahaan menggunakan merek yang sangat mirip dengan merek terkenal untuk menarik perhatian konsumen, ini tidak hanya melanggar hak merek tetapi juga mengancam integritas pasar. Penyalahgunaan merek adalah kategori lain dalam tindak pidana merek, di mana merek dagang digunakan dengan cara yang merugikan pemiliknya atau menciptakan asosiasi yang salah di benak konsumen. Hal ini bisa termasuk penggunaan merek dalam konteks yang merendahkan atau menyesatkan, yang dapat merusak citra merek di mata publik. Klasifikasi berikutnya yaitu peniruan dan pemalsuan, baik dalam desain, logo, atau elemen visual lain yang merupakan bagian dari merek terdaftar. Pelaku tindak pidana ini biasanya berusaha mengeksploitasi reputasi dan kepercayaan yang telah dibangun oleh pemilik merek asli untuk keuntungan komersial mereka sendiri.

## **C. Penyebab dan Profil Pelaku**

Tindak pidana terhadap merek di Indonesia secara general disebabkan oleh beberapa hal yang diantaranya yaitu lemahnya aturan terkait hukum kekayaan intelektual sehingga mendorong publik untuk memilih produk dengan harga paling murah meskipun dengan kualitas yang buruk, kurangnya monitoring dan pengimplementasian regulasi yang ada, kebiasaan konsumen untuk membeli produk semurah mungkin namun memiliki merek yang terkenal, rendahnya kemampuan membeli konsumen, minimnya kepedulian terhadap kualitas produk, rendahnya pemahaman masyarakat terkait tindak pidana terhadap merek dan juga pengaruh dari kondisi perekonomian masyarakat (Widyani & Hediati, 2024).

Profil pelaku kejahatan dalam kasus tindak pidana merek umumnya mencerminkan perpaduan antara aspek psikologis, ekonomi dan sosial yang berpengaruh terhadap perilaku mereka. Secara sosial, pelaku kejahatan ini sering kali berasal dari lingkungan dengan tekanan tinggi untuk mencapai keberhasilan ekonomi atau status sosial, yang mendorong mereka untuk mencari jalan pintas melalui kegiatan ilegal seperti pemalsuan merek. Lingkungan sosial yang kurang kondusif, seperti pergaulan yang buruk atau berada di lingkungan dengan norma yang meremehkan hak kekayaan intelektual, juga turut memperkuat kecenderungan mereka untuk melanggar hukum.

Dari segi psikologis, pelaku kejahatan ini sering kali memiliki pola pikir yang berorientasi pada keuntungan instan tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang atau etika dalam bisnis. Terdapat kecenderungan besar untuk meremehkan risiko atau konsekuensi hukum dari tindakan mereka, terutama jika mereka sudah terbiasa dengan praktik-praktik curang dalam dunia bisnis (Widyani & Hediati, 2024). Beberapa pelaku juga menunjukkan tanda-tanda kurangnya empati terhadap korban kejahatan mereka, baik itu konsumen yang ditipu atau pemilik merek yang dirugikan.

Dari sudut pandang ekonomi, pelaku tindak pidana merek sering kali terdorong oleh kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pendapatan atau mengatasi masalah finansial. Mereka bisa saja berasal dari sektor bisnis yang sedang berjuang atau menghadapi tekanan ekonomi yang tinggi, yang membuat mereka melihat pelanggaran hukum kekayaan intelektual sebagai solusi cepat untuk masalah mereka. Faktor lain termasuk kurangnya akses ke sumber daya yang memadai untuk membangun merek atau produk asli yang kompetitif (Sunarto et al., 2023).

#### **D. Peran Hukum Dalam Mengatasi Tindak Pidana Pelanggaran Merek**

##### ***Penyelesaian Sengketa***

Pemilik merek terdaftar bisa membuat gugatan bahwasanya terdapat pihak lainnya yang tidak memiliki hak dan izin memakai sepatu merek yang memiliki persamaan baik dalam pokoknya maupun secara keseluruhan terhadap sebuah produk sejenis. Gugatan tersebut dapat berupa gugatan ganti rugi maupun dihentikannya setiap operasional terkait pemakaian merk yang digugat. Gugatan tersebut bisa dilakukan oleh pemilik merk maupun dengan bersama penerima lisensi merk. Jika didukung dengan bukti akurat dan valid maka pihak penggugat bisa meminta kepada majelis hakim pengadilan Niaga membuat surat penetapan sementara terkait beberapa hal yaitu tindakan preventif untuk mencegah masuknya produk yang

terindikasi melakukan pelanggaran merek dan juga melakukan penyimpanan setiap alat bukti terkait tindakan pelanggaran tersebut (Hutasoit, 2024).

Pasal 85 dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek mengatur tentang tata cara penyelesaian gugatan di Pengadilan Niaga. Menurut pasal ini sidang pemeriksaan dan putusan terkait gugatan wajib dilaksanakan dalam waktu maksimum 90 hari sejak diterima pengadilan. Jika diperlukan waktu ini dapat diperpanjang hingga 30 hari dengan disetujui ketua MA. Putusan harus diumumkan melalui sidang terbuka serta memuat pertimbangan hukum secara lengkap sekaligus harus dijelaskan oleh jurusita untuk semua pihak dalam waktu 14 hari sesudah putusan diumumkan.

Jika terdapat pelanggaran terhadap merek terbaik pada pokoknya maupun secara keseluruhan maka pelaku dapat dipidana berdasarkan undang-undang merk yang hukumannya ditetapkan sebagaimana pasal 100 ayat 1 dan 2 yaitu:

*“(1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) (2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”*

Pelaku juga bisa dikenakan hukuman administratif sebagai bentuk kewenangan dari kantor merk yang bisa dijatuhkan untuk perorangan maupun badan hukum yang telah berbuat tindak pidana dan pelanggaran merk yang mencakup beberapa tindakan yaitu (Hutasoit, 2024):

- 1) Menolak adanya permintaan registrasi terhadap merek sebab kantor merk memiliki peranan signifikan untuk melindungi pemilik merek terdaftar secara hukum berwenang melakukan penolakan terhadap pendaftaran merek yang terindikasi melakukan pelanggaran
- 2) Dihapuskannya merk yang telah terdaftar dari daftar umum merek sebagaimana ketentuan pasal 61 ayat 1 UU merek dan indikasi geografis yang memberi kewenangan untuk Kantor merk dalam hal “Ex Officio” atau melalui prakarsanya menempuh mekanisme administratif melalui dihapuskannya registrasi merk dari DUM. Namun mekanisme tersebut harus didukung oleh bukti pendukung dan alasan bahwasanya penggunaan merek tersebut berbeda dengan ketika melakukan pendaftaran merek

## **E. Pencegahan dan Pengendalian**

### ***Upaya Penanggulangan Non Penal (Pencegahan)***

Tindakan ini bersifat pencegahan atau preventif sebelum adanya suatu kejahatan. Metode ini bertujuan menggali penyebab adanya suatu tindak pidana dan dapat meminimalisir perbuatan tersebut maupun menanggulangi agar tidak terjadi kembali untuk kedepannya. Tindakan ini menjadi tindakan paling utama, karena jika dilaksanakan secara optimal dapat memberantas adanya suatu tindak kejahatan. Tindakan pencegahan sifatnya harus dioptimalkan dan diintensifkan karena memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan (Sunarto et al., 2023). Termasuk Penyebab seseorang melakukan suatu tindak kejahatan yaitu disebabkan oleh faktor ekonomi sehingga berdasarkan penyebab tersebut maka untuk memecahkan suatu permasalahan dalam hal ini tindak pidana merek maka wajib diupayakan berbagai upaya pendekatan non final terutama dalam bentuk kebijakan sosial yang berorientasi terhadap pencegahan tindak pidana. Adapun langkah konkret untuk upaya pencegahan tindak pidana merek, diantaranya (Hutasoit, 2024):

1. Pendidikan dan Kesadaran Publik: Meningkatkan kesadaran di kalangan masyarakat, pelaku bisnis, dan konsumen tentang pentingnya hak kekayaan intelektual dan dampak negatif dari pelanggaran merek melalui kampanye edukasi dan workshop.
2. Peningkatan Regulasi dan Penegakan Hukum: Memperkuat peraturan yang mengatur perlindungan merek dan menegakkan hukum dengan tegas terhadap pelanggaran merek, termasuk meningkatkan sanksi untuk menciptakan efek jera.
3. Kolaborasi Antar Pemangku Kepentingan: Mendorong kerjasama antara pemerintah, perusahaan, lembaga penegak hukum, dan organisasi non-pemerintah untuk mengidentifikasi dan memerangi pelanggaran merek secara lebih efektif.
4. Teknologi dan Sistem Deteksi Awal: Menggunakan teknologi modern seperti blockchain dan AI untuk melacak produk dan mendeteksi pemalsuan sejak dini, memungkinkan tindakan pencegahan yang lebih cepat dan efisien.
5. Peningkatan Perlindungan di Pasar Digital: Membangun kerjasama dengan platform e-commerce untuk memperketat aturan dan mekanisme pengawasan terhadap produk palsu, serta memblokir penjual yang melanggar hak merek.

### ***Upaya Penanggulangan Penal (Penal Policy)***

Tindakan penanggulangan secara penal adalah suatu perbuatan untuk memberikan hukuman atau pemidanaan kepada pelaku yang melakukan tindak pidana. Tujuan dari pemidanaan sangatlah bervariasi dan tergantung berdasarkan teori yang dipilih. Termasuk

diantara teori pemidanaan yaitu teori retributif yang berorientasi terhadap pandangan bahwasanya pemberian hukuman dilakukan karena didukung oleh adanya pembenaran secara moral sebab seseorang pelaku yang melakukan tindak pidana dinilai layak dan harus bertanggung jawab terhadap tindakannya. Asumsi utama tersebut didasari adanya fakta bahwasanya pelaku juga melanggar norma moralitas tertentu dan hak-hak individu lainnya sebagai dasar pembentukan suatu aturan yang mana perbuatannya dilaksanakan dengan penuh kesadaran dan kesengajaan sehingga pelaku harus mempertanggungjawabkan tindakannya. Terdapat pula teori lainnya yaitu teori moderat yang dikembangkan oleh Marc Ancel sebagai teori new social Defense di mana publik menginginkan terciptanya ketertiban secara sosial melalui adanya seperangkat regulasi yang bukan sebatas sejalan terhadap apa yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi dengan sesama masyarakat namun juga didasarkan pada aspirasi bersama masyarakat tersebut. Hal ini juga menjelaskan bahwasanya pemidanaan memiliki dampak signifikan sehingga harus terdapat dalam sebuah sistem (Sanjaya & Rudy, 2018).

Konsep penting yang dianut oleh teori moderat diantaranya yaitu:

1. Memiliki tujuan agar dapat mengintegrasikan setiap ide maupun konsep yang berorientasi untuk melindungi masyarakat menjadi suatu konsepsi pidana
2. Upaya pemberian perlindungan kepada masyarakat dipengaruhi ketepatan perumusan pidana
3. Terkait sistem pemidanaan maka teori moderat tidak menerima adanya pemakaian fiksi dan teknik yuridis yang tidak terintegrasi dengan fakta sosial dan merupakan negasi atas logisme teori klasik
4. Terkait tujuan untuk melakukan penanggulangan kejahatan merek Maka terdapat upaya-upaya yang wajib dilaksanakan di antaranya yaitu
  - a. Menetapkan standar tinggi dalam hal perlindungan merek
  - b. Melakukan promosi terhadap setiap aktivitas untuk mendukung perkembangan dalam bidang merek
  - c. Melakukan promosi terkait eksploitasi kekayaan intelektual yang berorientasi mendapatkan keuntungan
  - d. Mengoptimalkan kapasitas dalam hal manajemen kekayaan intelektual
  - e. Mengembangkan infrastruktur terkait transaksi kekayaan intelektual
  - f. Mengoptimalkan upaya-upaya perlindungan dalam aspek kekayaan intelektual demi kemaslahatan bangsa

- g. Mengoptimalkan kapasitas SDM dan juga pemahaman publik di sektor kekayaan intelektual
- h. Melakukan promosi dalam hal investasi (Afif & Sugiyono, 2021).

Terdapat pula strategi penanggulangan lainnya terkait merek terutama dengan melakukan penyuluhan dan juga memaksimalkan upaya-upaya kerja sama secara regional, bilateral dan multilateral untuk menanggulangi tindak pidana terhadap merek. Pemerintah telah pula membentuk tim khusus yaitu tim nasional penanggulangan pelanggaran HKI yang memiliki tugas yaitu (Denny et al., 2022):

- a) Menginventarisir dan mengevaluasi setiap informasi terkait penanganan perkara kasus HKI baik secara perdata dan juga pidana
- b) Memberdayakan setiap ppns HKI untuk melakukan penanganan delik pidana HKI
- c) Berkoordinasi terhadap institusi-institusi terkait terutama Dirjen bea cukai untuk mencegah adanya produk yang melanggar Haki masuk ke pasaran
- d) Menghimbau institusi BUMN dan pemerintah untuk selalu memakai produk dengan merek asli

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa tindak pidana pelanggaran merek merupakan bentuk kejahatan ekonomi yang tidak hanya merugikan pemilik merek secara finansial, tetapi juga merusak reputasi, kepercayaan konsumen, serta stabilitas pasar. Dari perspektif kriminologi, perilaku pelaku dipengaruhi oleh faktor rasional seperti perhitungan untung-rugi maupun faktor struktural seperti keterbatasan akses untuk mencapai tujuan secara legal, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Pilihan Rasional dan Teori Anomie Strain. Pelanggaran merek yang meliputi peniruan, pemalsuan, penyalahgunaan, dan pelanggaran hak merek pada dasarnya muncul karena lemahnya pengawasan hukum, rendahnya daya beli masyarakat, dan preferensi terhadap produk murah. Oleh karena itu, sistem peradilan pidana memiliki peran sentral dalam menanggulangi pelanggaran ini melalui sanksi pidana, perdata, maupun administratif sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Selain itu, diperlukan langkah pencegahan non-penal seperti edukasi publik, penguatan regulasi, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan kesadaran masyarakat. Dengan penerapan strategi yang komprehensif dan kolaboratif, perlindungan hukum terhadap merek dapat lebih efektif terwujud sekaligus meminimalisir tindak pelanggaran di masa depan.

## REFERENSI

- Afif, M. S., & Sugiyono, H. (2021). Perlindungan hukum bagi pemegang merek terkenal di Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, 4(2), 565-585. <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>
- Alam, A. S., & Ilyas, A. (2020). *Kriminologi: Suatu pengantar*. Prenada Media Group.
- Alif, F. P. N., & Aminah. (2024). Perlindungan dan penegakan hukum terhadap pemalsuan merek terkenal di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan. *Notarius*, 17(1), 173-189.
- Angelica, C., Lie, G., & P, M. R. S. (2021). Sengketa hak merek dagang: Geprek Benu melawan I Am Geprek Benu. *Seri Seminar Nasional Ke-III Universitas Tarumanagara Tahun 2021*, 311-319.
- Denny, Y. P. L., Novika, & Patros, A. (2022). Penyelesaian sengketa merek di Indonesia: Studi putusan. *Jurnal Sapientia et Virtus*, 7(2), 148-164. <https://doi.org/10.37477/sev.v7i2.377>
- Dermawan, M. K. (2001). Pencegahan kejahatan: Dari sebab-sebab kejahatan menuju pada konteks kejahatan. *Jurnal Kriminologi Indonesia*, 1(3), 34-42.
- Hajizi, M. I., Wafa, M. A., & Yasir, M. (2019). Analisis yuridis terhadap penyelesaian sengketa merek Gudang Garam dan Gudang Baru (Studi kasus Putusan Nomor 104 PK/Pid. Sus/2015). *Journal of Legal Research*, 1(2), 357-376.
- Hutasoit, M. (2024). Jaminan hukum terhadap merek yang terdaftar. *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 2(1), 246-259. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v2i1.2178>
- Kansil, M., & Kansil, C. S. T. (2021). Analisis tanggung jawab Direktorat Jenderal HAKI terhadap kasus pendomplengan nama/passing off terhadap merek terkenal 'M&G' ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Putusan No. 526K/Pdt.Sus-HKI/20). *Jurnal Hukum Adigama*, 4(2). <https://doi.org/10.36841/fenomena.v20i1.1969>
- Nafri, M. (2018). Perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 52-67. <https://doi.org/10.56338/mlj.v2i1.254>
- Padmarini, M. R. L., Hartiwiningsih, & Parwitasari, T. A. (2024). Tinjauan kriminologis pelanggaran hak cipta terkait aransemen lagu di platform TikTok. *Kultura: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(10), 66-75.
- Putra, F. N. D. (2014). Perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek terhadap perbuatan pelanggaran merek. *Mimbar Keadilan: Jurnal Ilmu Hukum*, 97-108.
- Sanjaya, P. E. K., & Rudy, D. G. (2018). Perlindungan hukum terhadap hak merek terkenal di Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 6(11).

Situmorang, S. M. T. (2021). *Kriminologi*. PT. Rajawali Buana Pustaka.

Sunarto, A., Adnan, M. A., Karo, C. K., & Khair, A. (2023). Implementasi hukum terhadap merek sebagai konsep hak kekayaan intelektual. *Jurnal Preferensi Hukum*, 4(3), 389-395. <https://doi.org/10.22225/jph.4.3.7543.389-395>