

Perlindungan Hukum Hak Merek atas Peredaran Skincare Palsu Glow Glowing serta Dampaknya terhadap Konsumen

*Legal Protection of Trademark Rights against the Circulation of Counterfeit Glow Glowing Skincare
and Its Impact on Consumers*

Santi Halimatusaa'adah¹, Yuna Nasywa², Naura Jasmine Aulia³, Ikhwan Aulia Fatahillah⁴

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

E-mail: halimatusaadahsanti@gmail.com, yuna.nasywa@gmail.com, niwnaur@gmail.com,
ikhwanaf@uinsgd.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek *skincare* Glow Glowing dari tindakan pemalsuan, bentuk tuntutan ganti rugi yang dapat diajukan oleh pemilik sah atas peredaran produk ilegal, serta dampak pemalsuan tersebut terhadap citra merek dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode hukum yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif guna memaparkan fakta hukum secara komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hak merek Glow Glowing diterapkan melalui instrumen preventif berupa pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan perlindungan represif melalui penindakan pidana berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sebagai bentuk penyelesaian atas kerugian yang dialami, pemilik merek yang sah dapat mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Niaga untuk menuntut ganti rugi materiil, seperti hilangnya omzet penjualan, serta kerugian immateriil berupa rusaknya reputasi merek akibat beredarnya kosmetik ilegal tersebut. Lebih lanjut, peredaran *skincare* palsu ini terbukti memberikan dampak destruktif yang memicu penurunan kepercayaan konsumen secara drastis dan merusak citra merek (*brand image*) di pasaran.

Abstract: This study aims to analyze the legal protection for the trademark holder of Glow Glowing skincare against counterfeiting, the forms of compensation claims that can be filed by the legitimate owner regarding the circulation of illegal products, and the impact of such counterfeiting on brand image and consumer trust. This research uses a normative juridical legal method with statutory and case approaches. Data analysis was carried out descriptively and qualitatively to explain legal facts comprehensively. The results show that the protection of the Glow Glowing trademark is applied through preventive instruments via registration with the Directorate General of Intellectual Property (DJKI) and repressive protection through criminal enforcement based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. As a form of loss settlement, the legitimate brand owner can file a civil lawsuit at the Commercial Court to demand material compensation, such as a decrease in sales turnover, as well as immaterial losses in the form of damaged brand reputation due to the circulation of these illegal cosmetics. Furthermore, the circulation of counterfeit skincare is proven to have a destructive impact that drastically triggers a decline in consumer trust and damages the brand image in the market.

Article History

Received: 12 June 2026

Revised: 15 June 2026

Published: 26 June 2026

Kata Kunci:

Perlindungan Hukum, Hak Merek,
Ganti Rugi, Skincare Palsu,
Kepercayaan Konsumen.

Keywords:

Legal Protection, Trademark Rights,
Compensation, Counterfeit Skincare,
Consumer Trust.

Kemajuan era modern membawa perubahan besar dalam sektor ekonomi dan aktivitas perdagangan, salah satunya didorong oleh pesatnya perkembangan internet dan transaksi *e-commerce*. Sejalan dengan hal tersebut, industri kosmetik dan produk perawatan wajah (*skincare*) juga terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat karena telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern Masyarakat (Asfah et al., 2025; Indrajaya, 2025). Namun, di balik tingginya permintaan pasar, muncul permasalahan baru di mana pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan celah ini untuk memproduksi dan mengedarkan *skincare* palsu demi meraup keuntungan yang tidak wajar (Anggraini & Waluyo, 2023).

Produk *skincare* tiruan ini umumnya diproduksi tanpa mengedepankan standar keamanan dan sering kali mencampurkan bahan-bahan berbahaya yang tidak terdaftar resmi di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (Maynanda, 2024). Penggunaan kosmetik ilegal sangat berisiko karena dapat menyebabkan masalah serius pada kesehatan kulit konsumen, mulai dari iritasi, kemerahan, alergi, hingga kerusakan kulit permanen (Indrajaya, 2025; Maynanda, 2024).

Kondisi tersebut jelas menjadi ancaman nyata dan melanggar hak-hak dasar konsumen. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), setiap konsumen memiliki hak fundamental, di antaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi sebuah produk (Sari, 2024; Tabansa et al., 2025). Sayangnya, dalam praktik jual beli daring, produk palsu sering kali diiklankan dengan informasi yang menyesatkan, sehingga konsumen mengalami kerugian ganda, baik secara materiil maupun dari sisi Kesehatan (Antonio, 2025; *Polisi Bongkar Pabrik Skincare Palsu Di Bekasi, 8 Orang Ditangkap*, 2025).

Di sisi lain, maraknya peredaran *skincare* palsu juga menimbulkan kerugian masif bagi pelaku usaha dan pemilik merek yang sah. Dalam dunia perdagangan, merek bukan sekadar nama, melainkan tanda yang memiliki daya pembeda, identitas, dan jaminan kualitas yang sangat memengaruhi kepercayaan serta minat beli konsumen (Media et al., 2026; Rachman, 2025). Perlindungan hak merek di Indonesia diatur secara tegas melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) (Antonio, 2025; *Polisi Bongkar Pabrik Skincare Palsu Di Bekasi, 8 Orang Ditangkap*, 2025). Tindakan pemalsuan atau pendomplengan merek tanpa izin merupakan pelanggaran hukum berat karena merampas hak eksklusif pemilik merek terdaftar dan dapat menghancurkan reputasi (citra merek) yang telah dibangun dengan biaya dan waktu yang tidak sedikit (Asfah et al., 2025; Rachman, 2025; Silalahi & Soemartono, 2024).

Fenomena destruktif ini secara nyata tergambar dalam kasus pemalsuan produk *skincare* merek "Glow Glowing". Kasus ini mencuat ke publik setelah pihak kepolisian berhasil menggerebek dan membongkar pabrik kosmetik ilegal di wilayah Bekasi, Jawa Barat (Maynanda, 2024; Mikhdar et al., 2024). Komplotan pemalsu tersebut diketahui memproduksi *skincare* abal-abal menggunakan racikan asal-asalan, salah satunya berbahan dasar tepung tapioka, lalu melabeli kemasannya dengan merek Glow Glowing (Hellyani et al., 2025). Praktik kejahatan ini tidak hanya merugikan pemilik sah merek Glow Glowing dari segi penurunan omzet penjualan dan hancurnya nama baik *brand*, tetapi juga memicu banyaknya komplain dari para konsumen yang mengalami iritasi kulit wajah setelah terpedaya membeli produk tiruan tersebut di *marketplace*.

Berbagai penelitian terdahulu telah banyak mengkaji isu perlindungan merek kosmetik, namun mayoritas hanya berfokus pada mekanisme pendaftaran atau sanksi pidana secara umum. Kebaruan (*scientific novelty*) dari penelitian ini terletak pada analisis integratif yang menggabungkan instrumen penegakan hukum perdata dan pidana, sekaligus secara spesifik menyoroti aspek ganti rugi materiil

seperti potensi kehilangan omzet miliaran rupiah serta ganti rugi immateriil akibat efek samping fisik klinis pada konsumen seperti *breakout* dan iritasi parah. Aspek perhitungan ganti rugi berlapis dan dampak turunan pada psikologi konsumen ini masih jarang diekstrapolasi secara komprehensif dalam studi hukum merek dan perlindungan konsumen sebelumnya.

Berdasarkan urgensi permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek dari tindakan pemalsuan, menguraikan bentuk tuntutan ganti rugi materiil dan immateriil yang dapat diajukan oleh pemilik sah ke Pengadilan Niaga, serta mengevaluasi dampak destruktif peredaran kosmetik ilegal tersebut terhadap reputasi merek dan penurunan kepercayaan konsumen di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yakni penelitian yang meletakkan hukum sebagai sebuah sistem norma yang mencakup asas, kaidah, serta peraturan perundang-undangan (Suyanto, 2022). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*):
Digunakan untuk menelaah seluruh regulasi yang bersangkut paut dengan isu yang ditangani, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Muhaimin, 2020).
2. Pendekatan Kasus (*Case Approach*):
Diterapkan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus konkret yang sedang terjadi di masyarakat, yakni pembongkaran komplotan pabrik kosmetik palsu bermerek Glow Glowing di kawasan Bekasi (Syafliansah et al., 2020).
3. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*):
Beranjak dari pandangan dan doktrin ilmu hukum untuk memahami konsep ganti rugi, citra merek, dan kepercayaan konsumen guna membangun argumentasi hukum dalam menjawab permasalahan (Muhaimin, 2020).

Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Bahan Hukum Primer: Bahan hukum yang bersifat autoritatif dan memiliki kekuatan mengikat, seperti Undang-Undang Dasar NRI 1945, peraturan perundang-undangan terkait merek dan perlindungan konsumen (Suyanto, 2022).
2. Bahan Hukum Sekunder: Literatur yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, yang meliputi buku-buku teks, jurnal hukum, serta pemberitaan media massa daring yang kredibel terkait kasus *skincare* palsu di Bekasi.
3. Bahan Hukum Tersier: Bahan yang memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap bahan primer dan sekunder, seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ensiklopedia, dan kamus hukum. (Syafliansah et al., 2020)

Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum melalui studi kepustakaan (*library research*) dan studi dokumen. Peneliti menginventarisasi serta mengklasifikasikan bahan-bahan tertulis, baik dari literatur cetak maupun pangkalan data digital, yang memiliki relevansi dengan permasalahan pemalsuan merek dan kerugian konsumen. (Muhaimin, 2020)

Teknik Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Peneliti menafsirkan dan mensistematisasi norma-norma hukum yang berlaku untuk kemudian ditarik kesimpulannya menggunakan logika deduktif, yaitu menarik simpulan dari asas atau aturan yang bersifat umum untuk diterapkan pada peristiwa atau fakta hukum yang bersifat khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hak Merek terhadap Produk Skincare Glow Glowing dari Tindakan Pemalsuan

Perlindungan hukum terhadap suatu merek di Indonesia secara fundamental menganut sistem konstitutif (*first to file system*). Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), hak atas merek baru dapat diperoleh setelah merek tersebut secara resmi terdaftar. Dalam konteks peredaran produk *skincare*, pemilik merek "Glow Glowing" mutlak harus mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM agar mendapatkan hak eksklusif serta jaminan perlindungan hukum dari negara (Sari, 2024).

Secara teoretis dan praktis, wujud perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek Glow Glowing atas tindakan pemalsuan dan pendomplengan tanpa izin terbagi menjadi dua sarana, yakni perlindungan preventif dan perlindungan represif (Anggraini & Waluyo, 2023):

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan preventif adalah upaya pencegahan yang diberikan oleh negara sebelum terjadinya pelanggaran atau sengketa (Anggraini & Waluyo, 2023). Bagi merek Glow Glowing yang telah didaftarkan, perlindungan ini berwujud tindakan preventif dari DJKI berupa penolakan terhadap permohonan pendaftaran merek baru dari pihak lain yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek Glow Glowing untuk kelas barang yang sejenis. Dengan dikantonginya sertifikat merek, negara memberikan kepastian hukum yang mengikat dan melarang pihak mana pun untuk menggunakan, meniru, atau memproduksi barang dengan identitas Glow Glowing tanpa izin (Sari, 2024).

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan represif merupakan upaya penegakan hukum yang diaktifkan setelah terjadinya pelanggaran nyata, seperti pada kasus penggerebekan pabrik kosmetik ilegal di Bekasi yang memproduksi *skincare* Glow Glowing palsu berbahan dasar tepung tapioka (Sari, 2024). Perlindungan represif ini memberikan ruang serta instrumen hukum bagi pemilik merek sah untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku pemalsuan guna memulihkan hak-haknya (Anggraini & Waluyo, 2023).

Secara pidana, tindakan memalsukan dan memperjualbelikan *skincare* Glow Glowing tanpa izin merupakan bentuk pelanggaran berat yang diatur dalam Pasal 100 ayat (1) dan (2) UU MIG (UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, 2016). Pelaku dapat dijerat dengan sanksi pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) (Indrajaya, 2025). Lebih lanjut, mengingat produk palsu tersebut diracik secara asal-asalan dan sangat berisiko merusak jaringan kulit atau membahayakan kesehatan konsumen, pelaku juga dapat diperberat dengan ketentuan Pasal 100 ayat (3) UU MIG yang mengancam pelaku dengan pidana penjara maksimal 10 tahun dan/atau denda Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). (Sari, 2024) Tindakan represif ini juga sering kali dikumulasikan dengan Pasal 435 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan karena pelaku telah mengedarkan sediaan farmasi berupa kosmetik yang tidak memenuhi standar keamanan dan mutu (Indrajaya, 2025).

Namun demikian, efektivitas perlindungan hukum represif ini sangat bergantung pada keaktifan pemilik merek. Tindak pidana pelanggaran merek merupakan delik aduan sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 103 UU MIG. Artinya, aparat penegak hukum baru dapat melakukan proses penyidikan dan penindakan pidana atas pemalsuan merek Glow Glowing apabila terdapat aduan atau laporan resmi dari pemilik merek yang sah atau pemegang lisensinya yang merasa dirugikan. Tanpa adanya langkah proaktif dari pemilik merek Glow Glowing untuk melaporkan peredaran produk tiruan tersebut, maka instrumen perlindungan hukum pidana ini tidak dapat berjalan untuk menjerat para komplotan pemalsu (Sari, 2024).

Ganti rugi yang dapat diperoleh pemilik merek Glow Glowing

a. Gugatan Perdata di Pengadilan Niaga

Jalur utama yang tersedia bagi pemilik merek Glow Glowing adalah pengajuan gugatan perdata ke Pengadilan Niaga. Berdasarkan Pasal 83 ayat (1) UU Merek, pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis, berupa: (a) gugatan ganti rugi; dan/atau (b) penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. (Hukumonline, 2023)

Gugatan tersebut diajukan kepada Pengadilan Niaga. Dalam praktiknya, pemilik merek yang merasa dirugikan akibat pelanggaran merek sudah banyak mengajukan gugatan ganti rugi ke Pengadilan Niaga Indonesia. Tujuan utamanya, selain mendapatkan kompensasi finansial, adalah menciptakan efek jera bagi pelanggar, dengan meminta mereka membayar ganti rugi dan menghentikan kegiatan produksi serta menarik kembali dari peredaran semua barang yang menggunakan merek secara tanpa hak. (Hukumonline, 2021)

b. Ganti Rugi Materiil

Ganti rugi materiil merupakan ganti rugi yang bersifat nyata dan dapat dinilai dengan uang. Dalam konteks pelanggaran merek, ganti rugi materiil mencakup kerugian langsung akibat penggunaan merek secara tanpa hak, antara lain: (1) kehilangan keuntungan yang seharusnya diperoleh pemilik merek karena sebagian konsumen justru membeli produk palsu; (2) kerugian akibat menurunnya volume penjualan produk asli; dan (3) biaya yang dikeluarkan untuk mengidentifikasi dan menanggulangi peredaran produk palsu, termasuk biaya advokat dan penyelidikan. (Rahmono, 2026)

Dalam kasus Glow Glowing, perhitungan kerugian materiil dapat mengacu pada total omzet yang diraup pelaku selama dua tahun, yakni sekitar Rp1,2 miliar, sebagai nilai minimum kerugian ekonomi yang semestinya dapat diatribusikan kepada pemilik merek. Logikanya, konsumen yang membeli produk palsu dengan harga lebih murah adalah konsumen yang berpotensi membeli produk asli jika produk palsu tidak beredar di pasaran. Mahkamah Agung melalui berbagai putusannya juga telah mengakui penghitungan ganti rugi semacam ini dalam sengketa merek. (Lentera Hukum, 2016)

c. Ganti Rugi Immateriil

Selain kerugian yang bersifat materiil, pelanggaran merek juga menimbulkan kerugian immateriil yang tidak dapat secara langsung dinilai dengan uang namun tetap nyata dirasakan oleh pemilik merek. Ganti rugi immateriil mencakup tuntutan ganti rugi berupa permintaan maaf dari pelaku melalui media cetak maupun elektronik kepada pemilik merek terdaftar, serta upaya pemulihan atas turunnya tingkat kepercayaan konsumen yang diakibatkan oleh kualitas produk palsu yang rendah, sehingga pemilik merek menderita kerugian secara moral. (Mantili, 2019)

Kerugian immateriil yang dialami oleh pemilik merek Glow Glowing sangat signifikan. Konsumen yang membeli produk palsu dan mengalami efek samping seperti breakout, iritasi, dan kemerahan pada wajah tidak hanya menderita secara fisik, tetapi juga kehilangan kepercayaan terhadap merek. Kondisi ini merugikan reputasi merek asli yang dibangun selama bertahun-tahun. Berdasarkan Pasal 1365 KUHP, setiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan pelaku untuk mengganti kerugian tersebut, termasuk kerugian yang bersifat immateriil. (Silalahi & Soemartono, 2024)

d. Pertanggungjawaban Pidana sebagai Komplemen Ganti Rugi

Meskipun jalur pidana tidak secara langsung memberikan ganti rugi kepada pemilik merek, pidana terhadap pelanggaran merek berfungsi sebagai komplemen yang kuat bagi upaya pemulihan. Meskipun pelanggaran telah dinyatakan bersalah dalam perkara pidana, hal tersebut tidak menghalangi pemilik merek terdaftar untuk tetap mengajukan gugatan ganti rugi melalui Pengadilan Niaga berdasarkan ketentuan Pasal 83 UU Merek. (Sinaga et al., 2020)

Para tersangka pemalsuan merek Glow Glowing dijerat Pasal 100 UU Merek yang mengancam pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) bagi setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain, selain itu juga dijerat Pasal 435 UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Proses pidana ini tidak menutup hak pemilik merek untuk secara bersamaan menuntut ganti rugi secara perdata. (Kompas Megapolitan, 2025)

Pengaruh citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap produk skincare asli ditinjau dari perspektif hukum perlindungan merek dan perlindungan konsumen di Indonesia

Dari perspektif hukum, peredaran skincare palsu tidak hanya berdampak pada kerugian ekonomi perusahaan dan menurunnya kepercayaan konsumen, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak kekayaan intelektual, perlindungan konsumen, serta ketentuan peredaran produk kosmetik di Indonesia. Pemalsuan produk skincare umumnya dilakukan dengan meniru merek, logo, desain kemasan, hingga identitas produk asli untuk memperoleh keuntungan secara ilegal. Tindakan tersebut secara hukum dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak merek karena menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya tanpa izin dari pemilik merek yang sah.

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan terhadap merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan Pasal 1 angka 1, merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, maupun kombinasi dari unsur tersebut yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dengan pihak lainnya. Pemalsuan skincare dengan menggunakan identitas merek terkenal tanpa izin merupakan bentuk pelanggaran hak eksklusif pemilik merek yang telah terdaftar. (Republik Indonesia, 2016)

Tindakan pemalsuan skincare yang meniru merek asli dapat menimbulkan kerugian materiil maupun immateriil bagi pemilik merek. Kerugian materiil meliputi menurunnya penjualan produk asli akibat beredarnya produk palsu dengan harga lebih murah, sedangkan kerugian immateriil berupa rusaknya reputasi dan citra merek di mata konsumen. Dalam konteks hukum merek, reputasi dan goodwill merupakan aset penting yang dilindungi karena berkaitan dengan identitas serta kualitas produk yang dibangun perusahaan melalui investasi dan kepercayaan publik dalam jangka panjang.

Selain merugikan pemilik merek, peredaran skincare palsu juga bertentangan dengan ketentuan perlindungan konsumen. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam

mengonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen juga berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang dibelinya. Dalam praktiknya, produk skincare palsu sering kali mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokinon berlebih, atau zat kimia lain yang tidak memenuhi standar keamanan sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, kerusakan jaringan kulit, bahkan gangguan kesehatan jangka panjang. Ketika konsumen membeli produk yang dikira asli tetapi ternyata palsu dan berbahaya, maka hak-hak konsumen telah dilanggar.

Dari aspek tanggung jawab hukum, pelaku usaha yang memproduksi dan mengedarkan skincare palsu dapat dimintai pertanggungjawaban perdata maupun pidana. Secara perdata, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ganti rugi terhadap pihak yang menggunakan mereknya tanpa hak. Hal tersebut diatur dalam Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk menggugat pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Gugatan tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi dan penghentian seluruh kegiatan perdagangan produk palsu.

Secara pidana, pelaku pemalsuan merek dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. (Republik Indonesia, 2016) Ketentuan tersebut menyatakan bahwa setiap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis dapat dipidana penjara dan dikenai denda. Ketentuan pidana ini menunjukkan bahwa negara memberikan perlindungan hukum yang tegas terhadap pemilik merek dari tindakan pemalsuan produk.

Selain itu, peredaran skincare palsu yang tidak memiliki izin edar juga melanggar ketentuan pengawasan kosmetik oleh pemerintah. Di Indonesia, pengawasan kosmetik dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan melalui mekanisme izin edar dan pengawasan kandungan bahan kosmetik. Produk kosmetik yang diedarkan tanpa izin BPOM dianggap ilegal dan berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat. Oleh karena itu, pelaku usaha yang mengedarkan skincare palsu tanpa izin edar dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana sesuai peraturan perundang-undangan di bidang kesehatan dan perlindungan konsumen. (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2020)

Dari sudut pandang hukum perlindungan konsumen, menurunnya kepercayaan konsumen akibat maraknya skincare palsu juga dapat dikaitkan dengan kegagalan terciptanya kepastian hukum dalam perdagangan. Konsumen menjadi ragu terhadap keaslian produk di pasaran sehingga timbul ketidakpercayaan terhadap sistem distribusi dan perdagangan digital, terutama pada marketplace dan e-commerce. Kondisi ini menunjukkan bahwa lemahnya pengawasan terhadap peredaran barang palsu dapat mengganggu stabilitas perdagangan dan merugikan pelaku usaha yang beritikad baik.

Dengan demikian, secara hukum peredaran skincare palsu tidak hanya merupakan pelanggaran terhadap hak merek, tetapi juga pelanggaran terhadap hak konsumen dan ketentuan keamanan produk kosmetik. Dampak hukumnya meliputi kerugian ekonomi pemilik merek, rusaknya citra merek, menurunnya kepercayaan konsumen, hingga ancaman terhadap kesehatan masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan penegakan hukum yang efektif, pengawasan distribusi produk yang ketat, serta edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya membeli produk skincare dari sumber resmi untuk melindungi konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha pemilik merek asli.

SIMPULAN

Pelindungan hukum bagi pemilik merek Glow Glowing atas tindakan pemalsuan terwujud melalui instrumen preventif berupa legalitas pendaftaran merek dan instrumen represif melalui

penindakan pidana yang komprehensif. Guna memulihkan hak-haknya, pemilik merek yang sah memiliki landasan hukum yang kuat untuk mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Niaga, baik untuk mengklaim ganti rugi materiil atas hilangnya omzet miliaran rupiah, maupun ganti rugi immateriil guna memulihkan reputasi yang rusak akibat produk berkualitas rendah. Secara fundamental, peredaran *skincare* palsu tidak hanya menjadi masalah pelanggaran kekayaan intelektual semata, melainkan tindakan destruktif yang melanggar hak keselamatan konsumen secara fatal. Praktik kejahatan ini secara langsung menghancurkan citra merek di pasaran dan menciptakan krisis kepercayaan konsumen yang berimbas pada terganggunya stabilitas serta kepastian hukum dalam sistem perdagangan di Indonesia.

REKOMENDASI

Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa hambatan dalam menelusuri secara empiris identitas dan rantai distribusi para pelaku pemalsuan yang kerap kali berlindung di balik anonimitas *platform* perdagangan digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mengevaluasi efektivitas penegakan hukum secara langsung di lapangan. Oleh karena itu, untuk gagasan penelitian selanjutnya, direkomendasikan adanya kajian yang berfokus pada tanggung jawab hukum penyelenggara *platform e-commerce* dalam memfilter peredaran kosmetik tanpa izin edar. Selain itu, direkomendasikan kepada otoritas terkait, khususnya Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan kepolisian, untuk membangun sistem pengawasan siber yang lebih ketat serta menggencarkan edukasi langsung kepada masyarakat agar jebakan harga murah pada *skincare* ilegal dapat dihindari.

REFERENSI

- Achmad Nasrudin Yahya, Akhdi Martin Pratama. *Produsen Skincare Palsu di Bekasi Racik Bahan Baku secara Asal*. Kompas.com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2025/05/26/18420981/produsen-skincare-palsu-di-bekasi-racik-bahan-baku-secara-asal>.
- Angraini, A. D., & Waluyo. (2023). ANALISA YURIDIS PENGAWASAN DAN PENANGANAN ATAS PEREDARAN KOSMETIK PALSU. *Jurnal Hukum Media Justitia Nusantara*, 13(2), 1–9.
- Antonio. (2025). *Polisi Tangkap Komplotan Pemalsu Produk Skincare di Bekasi*. Metro TV News. <https://www.metrotvnews.com/read/N6GCx7lw-polisi-tangkap-komplotan-pemalsu-produk-skincare-di-bekasi>
- Asfah, R. Al, Akuba, C. S., & Ibrahim, A. M. (2025). IMPLIKASI HUKUM PADA PELANGGARAN LEGALITAS BISNIS KOSMETIK (Studi Kasus Kota Gorontalo). *Jurnal Hukum Bisnis (J-Kumbis)*, 3(8), 1–22.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.
- Hellyani, C. A., Tirtasari, Y., Sahertian, P., & Adriana, E. (2025). KEPERCAYAAN TERHADAP MEREK PERAWATAN KULIT LOKAL DI ERA KRISIS : BUKTI EMPIRIS DARI KASUS ELSHĒSKIN. *Journal of Business & Applied Management*, XVIII(2), 93–110. <https://doi.org/10.30813/jbam.v18i2.9034>
- Indrajaya. (2025). Perlindungan Hukum Konsumen Akibat Menggunakan Produk Kosmetik Palsu. *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan*, 7(1), 77–83.
- Hukumonline. Merek Dipakai Orang Tanpa Izin, ke Mana Meminta Ganti Rugi? Diperbarui 24 Maret 2023. Tersedia di <https://www.hukumonline.com/klinik/a/merek-dipakai-orang-tanpa-izin>
- Hukumonline. Ganti Rugi, Efek Jera Bagi Pelanggar Merek. 16 Mei 2021. Tersedia di

- <https://www.hukumonline.com/berita/a/ganti-rugi--efek-jera-bagi-pelanggar-merek-1t6070065075b8d>
- Jened, Rahmi. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Jurnal Ilmiah Hukum De et al., “~ Jurnal Ilmiah Hukum De’Jure : Kajian Ilmiah Hukum ~ Ganti Kerugian Immateriil Terhadap Perbuatan Melawan Hukum Dalam Praktik: Perbandingan Indonesia Dan Belanda ~ Rai Mantili ~ 298” 4, no. September (2019): 298–321.
- Maynanda, R. (2024). *Perlindungan hukum terhadap pemegang merek produk perawatan wajah dalam penjualan produk kemasan share in jar*. Universitas Sriwijaya.
- Media, I., Media, I., & Ilegal, K. (2026). PERAN HUKUM PERIZINAN DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK ILEGAL. *GOVERNANCE : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 13(1), 55–65.
- Mikhdar, N. S., Permata, R. R., & Sudaryat, S. (2024). Pelindungan Hukum Dan Implikasi Black Campaign Merek Skincare Terhadap Pemegang Hak Atas Merek. *Jurnal USM Law Review*, 7(2), 5–6.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram Univercsity Press.
- Polisi Bongkar Pabrik Skincare Palsu di Bekasi, 8 Orang Ditangkap*. (2025). CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20250527130750-12-1233675/polisi-bongkar-pabrik-skincare-palsu-di-bekasi-8-orang-ditangkap>
- Niru Anita Sinaga et al., “USAHA DALAM PERDAGANGAN MELALUI TRANSAKSI” 10, no. 2 (2020): 76–95.
- Putri Hasian Silalahi and Gatot P Soemartono, “Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu Pada Marketplace Shopee” 6, no. 4 (2024): 617–28.
- Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Nature Republic Terhadap Pemalsuan Merek di Indonesia. *Lentera Hukum*, Vol. 3 Issue 3, 2016, hlm. 198-209.
- Rachman, Y. (2025). *Polres Metro Bekasi Bongkar Kasus Pemalsuan Kosmetik Merek “GlowGlowing.”* Peluang News. <https://peluangnews.id/polres-metro-bekasi-bongkar-kasus-pemalsuan-kosmetik-merek-glowglowing/>
- Rahmono, E.B. Gugatan Perdata Pelanggaran Merek Dagang dalam Praktik Pengadilan Niaga: Analisis UU No. 20 Tahun 2016. *Indonesia of Journal Business Law*, Vol. 5 No. 1, 2026, hlm. 1-18.
- Sari, H. I. (2024). *Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merek Terkenal Yang Dipalsukan Dan Dibajak Dijual Dalam Platform E-Commerce (Studi Kasus Merek Longchamp)*. Universitas Islam Sultan Agung (Unissula).
- Silalahi, P. H., & Soemartono, G. P. (2024). Pertanggungjawaban Pengusaha Atas Produk Skincare Merek Palsu pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ranah Research*, 6(4), 617–628.
- Suyanto. (2022). *Metode Penelitian Hukum Pengantar Penelitian Normatif, Empiris dan Gabungan*. Unigres Press.
- Syafliansah, Royani, E., Gultom, J., & Selamat, H. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. In *Zahir Publishing*. Zahir Publishing.
- Tabansa, C. V., Oktaviano, M. S., Aprilya, D. N., & Fikri, M. A. H. (2025). Membangun Ekosistem E-Commerce Shopee yang Berkeadilan : Rekonstruksi Perlindungan Hak Intelektual atas Pemalsuan Produk Skincare melalui Pendekatan Ekonomi Digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(6), 442–454.
- UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen



UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (2016).