

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk-bentuk pelanggaran hak merek *fashion* yang terjadi di platform TikTok meliputi tiga hal utama Pertama, penggunaan merek dalam promosi produk tiruan. Kedua, peniruan *desain*. Ketiga, pemalsuan merek.
2. Mekanisme TikTok dalam memberikan perlindungan hukum hak merek *fashion* melalui beberapa langkah, yaitu menetapkan kebijakan kekayaan intelektual, menyediakan fitur pra-pemeriksaan video, fitur laporan pelanggaran, serta melakukan verifikasi atas laporan tersebut. Jika ditemukan pelanggaran, TikTok dapat memberikan sanksi berupa pembatasan aktivitas, pemblokiran konten, atau penghapusan akun.
3. Perlindungan hukum terhadap hak merek *fashion* di TikTok menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 diberikan melalui pengakuan dan perlindungan terhadap pemilik merek yang sah, termasuk sanksi atas penggunaan tanpa izin, peniruan, atau pemalsuan. Pada hukum Islam, merek dipandang sebagai bagian dari hasil *ibtikar*, yaitu hasil dari kreativitas dan pemikiran seseorang yang memiliki nilai dan manfaat, sehingga termasuk harta yang harus dijaga. Mengambil atau meniru merek tanpa izin dianggap sebagai prampasan (*ghashb*) dan bentuk kezaliman, karena merugikan pemiliknya. Oleh karena itu, baik menurut hukum positif maupun hukum Islam, hak merek harus dilindungi untuk menjaga keadilan dan mencegah penyalahgunaan, maka dari itu bagi yang melanggar hak merek baik secara hukum positif maupun hukum Islam bisa dikenakan sanksi pidana berupa penjara dan perdata berupa denda.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan perlindungan hak merek

di TikTok:

1. TikTok perlu meningkatkan pengawasan terhadap konten yang melanggar hak merek, seperti promosi produk tiruan, peniruan desain, dan pemalsuan. Sistem deteksi otomatis dan edukasi kepada pengguna perlu diperkuat agar pelanggaran dapat dicegah sejak awal.
2. TikTok disarankan untuk terus mengembangkan mekanisme perlindungan hak merek, seperti meningkatkan akurasi fitur pra-pemeriksaan dan mempercepat proses verifikasi laporan. Selain itu, TikTok juga perlu memberikan transparansi dalam proses penanganan pelanggaran agar pengguna merasa lebih terlindungi dan percaya terhadap sistem yang diterapkan.
3. Pemerintah dan TikTok perlu bersinergi dalam menegakkan perlindungan hak merek sesuai undang-undang dan nilai-nilai hukum Islam, dengan menindak tegas pelanggaran serta mengedukasi masyarakat bahwa merek adalah bagian dari harta yang harus dijaga dan dihormati, sehingga tidak boleh digunakan tanpa izin karena termasuk perampasan dan kezaliman.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Abdillah, S. R., & Saraswati, R. (2023). Pengaruh aplikasi TikTok terhadap perilaku remaja di SMA Negeri 1 Sirampog Brebes. Prosiding The 18th University Research Colloquium, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Adawiah, R. & Ferdiananto, A. (2022). *Hukum Perlindungan Investor*. Malang. CV Lestari Nusantara Abadi.

Ahmad, A. A., & Yuliana, N. (2023). Pengaruh Tik Tok Shop terhadap UMKM Lokal. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5).

Akbar, Ali. 2012. Konsep Kepemilikan dalam Islam. *Jurnal Ushuluddin*, 18(2).
Anggela, A. D. T., & Prihastuti, D. (2023). Konsep Penggunaan Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam. *Journal Pemikiran Syariah Dan Hukum*, 7(2).

Anugrahwati, L. M. 2017. Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk. *Jurnal Polines*.

Arifardhani, Yoyo. 2020. *Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta. Kencana.

Ash-Shiddiqiey, Hashbi. 1999. *Fiqh Muamalah*. Jakarta. Bulan Bintang,

Asshidqi, A. A., & Yuliana, N. (2023). Pengaruh Tiktok Shop terhadap UMKM lokal. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5)

Asnaini & Riki, "Kedudukan Harta dan Implikasinya Dalam Perspektif Al-Qur'an dan sunah", *A-Intaj*, 5(1).

Az Zuhaili, Wahbah. 2012. *Al Fiqh al Islami wa Adillatuhu*. Dar al Fikr . Damaskus, cetakan ke 10.

Bakir, A., & Fageh, A. (2023). Hak Merek Dagang Persepektif Perundangan dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3)

Barokah, H. M. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.

Chandra, Edi. 2023. Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi TikTok. *Jurnal Komunikasi dan Teknik Digital*, 7(2).

Kansil. 1989. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta:

Balai Pustaka.

Daniel, Moehar. 2002. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.

DataIndonesia. (2025, Februari 25). Tentang Deretan Negara Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia. Dipetik Juni 21, 2025, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/deretan-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-per-januari-2025-indonesia-nomor-2>

Dian, R. 2024. Profil dan Sejarah Ventela. <https://www.instagram.com/ventelashoes>

Designbro. (2022, Oktober 13). Tentang Logo Tiktok. Dipetik juni 16, 2025, dari <https://designbro.com/blog/brand-logos/tiktok-logo-evolution/>

Fahrizal, Imam. 2018. Perspektif Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Peraturan-Peraturan Terkait Hak Merek. *Skripsi Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta*

Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1/MUNAS VII/MUI/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

Fitriyani, D., Nugraha, F. A., & Ramadhan, F. (2024). *Integrasi Sistem Informasi Manajemen: Sinergi Tiktok Shop dan Tokopedia dalam E-Commerce Indonesia*. 8(2).

Gultom, M. H. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Jurnal Wart*.

Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya. Bina Ilmu.

Harahap, M. Yahya. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.

Haryumeinanda, Rizki. *Etika dan Hukum Bisnis Islam dalam Era Digital*. Surabaya: UINSA Press, 2024.

Haq, Muhammad. 2018. *Kepemilikan dan Hak Merek dalam Hukum Islam*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Haryumeinanda, Farchana. 2024. Perlindungan Hukum Terhadap hak Merek Dagang Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Studi Islam*, 12(2).

- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).
- Hidayat, Ade. 2014. Konsep Haki Dalam Hukum Islam dan Implementasinya Bagi Perlindungan Hak Merek di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1).
- Hidayat, Fajar. 2014. *Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Desain Industri*. Bandung: Refika Aditama.
- Huda, N., & Jannah, R. (2021). Perlindungan Hak Merek Dagang Menurut Hukum Islam. *Suhuf*, 24, 1–13. www.dncpatent.com/merek.
- Husnul Haq. "Merek Menurut Hukum Islam, Nu Online, accessed Juni 19, 2025, dari <https://islam.nu.or.id/syariah/merekmenurut-hukum-islam-dMGUK>
- Inews. Kaniasti, Laura. (2023, Desember 14). Sejarah Tiktok Shop di Indonesia dari Dilarang Hingga Hadir Kembali. Dipetik Juni 16, 2025, dari <https://bekasi.inews.id/read/382453/sejarah-tiktok-shop-di-indonesia-dari-dilarang-hingga-hadir-kembali>
- iNew. Hasiana, Dovana. (2023, Mei 21). Kisah Zhang Yiming Sosok Kolongmerat 40 Tahun dibalik Suksesnya TikTok. Dipetik Juni 21, 2025, dari <https://www.inews.id/amp/finance/bisnis/kisah-zhang-yiming-sosok-konglomerat-40-tahun-di-balik-suksesnya-tiktok/all>
- Iqbal, Mansur. (2025, Februari 25). Tentang Statisti Pendapatan dan Penggunaan Tiktok. Dipetik Juni 16, 2025, dari <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Keller. (2003). *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: gramedia pustaka.
- Khasanah, Uswatun. (2024, Agustus 2). Tentang Sejarah Tiktok dan Perjalanannya Hingga Masuk Ke Indonesia. Dipetik Juni 22, 2025, dari <https://www.idntimes.com/tech/trend/sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-hingga-masuk-ke-indonesia-00-vs37w-gbxj0c>
- Kompas.2023. *Dampak Positif dan Negatif Kehadiran Tiktok Shop*. dipetik 10 Januari 2025. dari <https://www.kompas.com>
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran*. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kulsum, Umami firda, et al. 2023. Perlindungan Hukum Kreator TikTok atas Penggunaan Konten Sebagai Merek (*Brand*) untuk Kepentingan

Komersial. *Jurnal Mercotoria*, 16(2)

Made, Ni Ratih Prameswari. 2021. Pelanggaran Hukum Hak Atas Merek dalam Hubungannya dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*, 3(3)

Made, Yulianti. 2021 *Etika Bisnis Islam dan Keadilan Distribusi Kekayaan Intelektual*. Malang: UMM Press.

Marwiyah, Siti. 2011. Pelindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal. *Jurnal De Jure Syariah dan Hukum*, 2(1).

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2).

Mirfa, Enny. 2016. Perlindungan Hukum Terhadap Merek terdaftar. *Jurnal Hukum*, 2(1).

Martien, Dhoni. 2023. *Perlindungan Hukum Data Pribadi*. Makassar. Mitra Ilmu.

Maulid Yusuf, M. F., Garusu, I. A., Hamid, A., Rauf, D. M., & Sari, I. M. (2024). Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISDIK)*, 2(1).

Muchsin. 2003. Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia. Surakarta. *Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret*.

Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.

Mursid, Ahmad. 2023 *Maqashid Syariah dan Perlindungan Hak Milik*. Semarang: Pustaka Amanah.

Mursid, Fadillah. 2023. Filosofis Kepemilikan Harta dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 6(2).

Muslimin, et al. 2023. Dampak Negatif Dari Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Bahasa Masyarakat. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 13(3).

Mustofa, Imam. 2019. *Kajian Fikih Kontemporer*. Yogyakarta. Idea Press Yogyakarta.

- Musyafa, M. 2013. Kekayaan Intelektual dala Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqhtisad*, 5(1).
- Nainggolan, Bernard. 2021. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual di Era Digital*. Yogyakarta. Publika Global Media.
- Nainggolan, B. 2022. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta. Publika Global Media.
- Najwa, M.M., et al. 2024. Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Produktivitas Remaja di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3).
- Nasution. 2022. Pengaruh Fitur Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 15(1).
- Ningsih. 2023. Peran TikTok dalam Industri Fashion dan Pencitraan Merek Lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 19(3).
- OK. Saidin. 2010. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta. RajaGrafindo Persada.
- Pandiangan, K., et al, 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bran Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Pangestu, A. (2022). Mengenal apa itu Tik Tok: Sejarah dan beberapa fitur-fiturnya. IDMetafora. Dipetik Juni 22, 2025, dari <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-ltu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>
- Perwirawati, Elok. 2023. Menyikapi Konten Negatif Pada Platform Media Sosial TikTok. *Jurnal KAGANGA*, 7(3).
- Quraissy, Mujahid. 2011. Hak Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Muqtasid*, 2(1).
- Qustulani, M. (2018). Modul Matakuliah Perlindungan Hukum & Konsumen. In *PSP Nusantara Press 2018*.
- Rahardjo, Satjipto. 2003. *Sisi-sisi Lain Hukum di Indonesia*. Jakarta. PT Kompas.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: Erlangga.
- Resgia, Bunga. 2024. Dinamika Perlindungan Hak Merek Era Digital. *Jurnal*

Hukum, 3(1).

Romli. 2024. *Perlindungan Hukum*. Palembang. CV Doki Course and Training.
Sainul, Ahmad. 2020. Konsep Hak Milik dalam Islam. *Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan dan Keperdataan*, 6(2).

Setiono. 2004. *Rule of Law (Supremasi Hukum)*, Tesis Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta,

Siregar, Darhis. 2022. *Hak Kekayaan Intelektual*. Padang Sidempuan. PT Inovasi Pratama Nasional.

Simamora. (2002). *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek Yang Kuat*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Suhendi, M. 2002. *Fiqh Muamalah (Transaksi dalam Islam)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sulastri, Sartino & Yuliana. 2018. Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware. *Jurnal Yuridis*, 5(1).

Sulfindia, Hamda. 2015. Solusi Ekonomi Islam Terhadap Distribusi Harta. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*. 3(1).

Sunjaya, Hedy. (2024, Oktober 9). Perkembangan Teknologi Yang Mendukung TikTok Sebagai Platform Unggulan. Dipetik Juni 22,2025, dari <https://m.kumparan.com/sunjayahedy/perkembangan-teknologi-yang-mendukung-tiktok-sebagai-platform-digital-unggulan-23fWB1vq3y7/2>

Suryana, A. (2015). Hak Cipta Perspektif Hukum Islam. *Al Mashlahah Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Dalam Islam*, 3(5).

TikTok Shop. 2023. *Tentang TikTok Shop*. Dipetik pada 21 Desember 2024, dari <https://www.tiktok.com/id-ID/>

TikTok.(2025). Tentang kebijakan Kekayaan Intelektual TikTok. Dipetik Juni 27,2025, dari <https://www.tiktok.com/legal/page/global/copyright-policy/id>

Tiktok. (2025). Tentang Tiktok adalah Platform Dimana Konten dan Transaksi Belanja Bertemu. Dipetik Juni 16,2025, dari <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya>

- TikTok. 2025. *Pusat Bantuan TikTok – Panduan Pelaporan Pelanggaran Merek*. <https://support.tiktok.com>
- Tjiptono, Fandy, 2015 *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Utomo, Ichsan Widi. 2017. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Valiant, Verrell & Sinta. 2022. Peran Aplikasi TikTok Sebagai Media Komunikasi Ekspresif Penyintas Covis-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3).
- Vanesia, F. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Keamanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui TikTok Shop (Studi pada Mahasiswa Aktif Pengguna TikTok Shop di Kota Semarang). Skripsi. Universitas Semarang.
- Widiarti, Ari. 2016. Pelanggaran Merek Sebagai Perbuatan Melawan Hukum Dan Upaya Penyelesaiannya Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. *Jurnal Surya Kencana*, 6 (2).
- Wikipedia. (2025, Juni 22). Tentang Akuisisi Musical.ly. <https://id.wikipedia.org/wiki/Musical.ly>
- Wikipedia. (2025, Juni 22). *Christian Dior*. <https://www.dior.com>
- Wulandari, D., & Sari, M. 2021. Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual di TikTok: Analisis Hukum dan Solusinya. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 9 (1).
- Yulia.2020. *Hukum Kekayaan Intelektual*. Sefa Bumi Persada.