

## **ANALISIS TINDAK PIDANA PENJUALAN SMARTPHONE REPLIKA DI INDONESIA DITINJAU DARI PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Reza Noor Ihsan**

Mahasiswa Magister Hukum, Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat  
Jl. Brigjen H.Hasan Basry, Banjarmasin 70123, Indonesia  
Email: rezaihsan62@gmail.com

### **Abstract**

The purpose of this study was to determine how the terms of buying and selling replica smartphones in Indonesia in terms of consumer protection according to the Trademark Law No. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. The results of this study indicate that smartphone sales are increasing among the public along with the development of information technology, resulting in people preferring to prefer replica smartphones due to the similarities to the original smartphone. This indirectly causes the community itself to become victims due to a lack of awareness and lack of legal protection in the community for replica smartphones.

Keywords: Consumer protection; Law; Smartphone replica.

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ketentuan jual beli smartphone replika di Indonesia ditinjau dari perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil penelitian ini bahwa penjualan smartphone semakin meningkat di kalangan masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi informasi, sehingga mengakibatkan masyarakat lebih memilih smartphone replika dikarenakan kemiripan dengan smartphone aslinya. Hal ini secara tidak langsung menyebabkan masyarakat itu sendiri menjadi korban dikarenakan kurangnya kesadaran dan kurangnya perlindungan hukum di masyarakat terhadap smartphone replika.

**Kata kunci** : Hukum; Smartphone Replika; Perlindungan konsumen

## **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan masyarakat di era modern sekarang ini, produk seluler atau yang lebih akrab disapa dengan *smartphone* sudah menjadi bagian yang sangat penting. Perkembangan produk *smartphone* yang berlangsung sangat cepat telah mendorong terjadinya perubahan yang mendasar dan melahirkan lingkungan teknologi dan informasi baru. Fungsi dan kegunaan serta manfaat dari produk seluler terus bertambah hingga muncul produk seluler yang disebut ponsel pintar atau lebih dikenal dengan sebutan *smartphone*<sup>1</sup>. Banyaknya fitur yang ditawarkan ponsel pintar telah meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk seluler ini. Berbagai kalangan, baik tua maupun muda telah menjadi konsumen ponsel pintar dengan berbagai tujuan, ada konsumen yang membutuhkan ponsel pintar untuk benar-benar dimanfaatkan teknologinya, namun ada pula konsumen yang membutuhkan ponsel

pintar hanya untuk sekedar mode dan mengikuti tren saja. tetapi kelemahan telepon seluler pintar tersebut adalah harga yang cenderung mahal<sup>2</sup>.

Hal ini mengakibatkan masyarakat mencari *smartphone* dengan harga yang sangat murah tetapi memiliki bentuk atau kondisi fisik seperti *smartphone* terkenal dipasaran dengan *smartphone* dengan kondisi seperti tiruan yang disebut dengan *smartphone* replika. *Smartphone* replika ini merupakan barang tiruan yang mirip dengan barang original atau asli. Seringkali pelaku bisnis yang menjual barang tersebut bisa mendapat keuntungan dari penjualannya dikarenakan *smartphone* replika tersebut mempunyai harga yang sangat murah atau bahkan tidak sampai setengah dari harga barang asli atau original ataupun yang secara resmi masuk ke pasar Indonesia<sup>3</sup>.

Produk *smartphone* tersebut terdiri dari berbagai macam merek dan seri dijual dengan harga yang bervariasi, Bahkan beberapa merek

---

<sup>1</sup>Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Merek, Promosi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Blackberry di Surabaya, terdapat dalam <http://repository.wima.ac.id/1151/2/Bab%201.pdf>

---

<sup>2</sup>*Ibid*

<sup>3</sup>[http://teknotipsntrick.blogspot.com/2015/01/perbedaan-hp-asli-replika-black-market\\_16.html](http://teknotipsntrick.blogspot.com/2015/01/perbedaan-hp-asli-replika-black-market_16.html)

telepon seluler yang memiliki fitur lengkap dan canggih dijual dengan banderol harga yang cukup tinggi. Smartphone yang semakin canggih tersebut kemudian menjadi tren dan sangat menarik untuk dimiliki oleh berbagai kalangan masyarakat. Akan tetapi harga smartphone dengan fitur canggih yang dipatok cukup tinggi tersebut menyebabkan tidak semua kalangan dapat membelinya. Harga smartphone yang tinggi tersebut kemudian menjadi celah bagi oknum-oknum tertentu yang tidak bertanggung jawab untuk menjual produk smartphone ilegal.

Pemerintah telah memberikan larangan serta batasan terhadap barang-barang tertentu yang menimbulkan penyelundupan smartphone replika tersebut, karena smartphone replika tersebut dianggap melanggar lisensi atau Hak Kekayaan Intelektual suatu perusahaan yang memiliki merk tersebut sehingga hal tersebut menjadikan dasar hukum pemerintah untuk melarang smartphone replika tersebut masuk kedalam wilayah Indonesia. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyak oknum

yang tidak bertanggung jawab menjual produk seluler ilegal dengan istilah *blackmarket*<sup>4</sup>. Produk ini tentunya dijual dengan harga yang lebih murah untuk menarik minat konsumen. Ironisnya, banyak konsumen Indonesia tidak memiliki kesadaran hukum yang baik sehingga lebih memilih untuk membeli smartphone replika bahkan ilegal dengan harga murah tersebut dibandingkan harus membeli produk smartphone legal yang kualitasnya sudah terjamin<sup>5</sup>.

Masyarakat yang menjadi konsumen produk smartphone seharusnya mau mempelajari seluruh peraturan perundang-undangan terkait dengan produk yang digunakan hal ini dikarenakan secara tidak langsung masyarakat sendirilah yang menjadi korban bila ditinjau dari sisi kejahatan tanpa korban *crime without victim* karena perbuatan masyarakat dengan cara membeli smartphone replika bahkan smartphone ilegal sehingga

---

<sup>4</sup>Gde Manik Yogiarta dan I ketut Wartha, (2011), Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Telepon Seluler Tanpa Garansi di Pasar Gelap (Black Market) (Online) <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/viewFile/4796/3604>.

<sup>5</sup>*Ibid*

menyebabkan mereka selaku konsumen menjadi korban daripada perbuatannya. Oleh karena itu bagaimana upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh aparat penegak hukum atau dengan hanya melihat kondisi hukum yang terjadi saat ini sehingga banyak terjadi salah paham dalam penegakan hukum<sup>6</sup>.

Sosialisasi dari pemerintah juga perlu dilakukan untuk membuat masyarakat mengetahui bahwa penjualan produk ilegal tersebut dilarang dan memahami aturan hukumnya. Sosialisasi atau penyuluhan hukum tentang peraturan yang mengatur penjualan produk seluler ilegal ini penting untuk dilakukan sebab menegakan hukum tidak semata-mata hanya membuat Undang-undangnya saja. Namun masyarakat luas harus mengerti mengenai peraturan hukum tersebut, agar tujuan dari hukum yakni pemberian kepastian hukum yang tertuju kepada ketertiban dan kesebandingan hukum yang tertuju

pada keamanan dapat tercapai<sup>7</sup>. Jual beli produk *smartphone* ilegal ini juga diatur dalam Undang- undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek. Jual beli produk seluler ilegal ini sudah tentu termasuk penyalahgunaan merek sebuah barang.

Penjualan produk *smartphone* ilegal yang banyak merugikan masyarakat ini telah banyak terjadi di Indonesia. Sampai dengan saat ini, penjualan produk *smartphone* ilegal masih banyak ditemukan melalui situs dan sarana penjualan *online* berupa *website* maupun media sosial. Salah satu contoh kasus yang terjadi adalah penggerebekan penjual ponsel *supercopy* yang merupakan jenis dari salah satu produk *smartphone* ilegal di Batam. Berita ini yang berhasil diliput situs berita “[batamnews.co.id](http://batamnews.co.id). bahwa penggerebakansmartphone *blackmarket* penggrebekan ini bermula dari keluhan cepat rusak dan merugikan mereka. Dalam penggrebekan tersebut, penangkapan pertama dipusat

---

<sup>6</sup>Jimly Asshiddiqie, *Penegakan Hukum*, terdapat dalam [http://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan\\_Hukum.pdf](http://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf)

---

<sup>7</sup>Satjipto Raharjo, (2009), *Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis*, Yogyakarta : Genta Publishing, hlm. 24

elektronik Lucky Plaza sedangkan penangkapan kedua di Nagoya Hill<sup>8</sup>.

Kasus sebagaimana di atas hanyalah contoh kasus yang terjadi sehubungan dengan penjualan produk smartphone ilegal. Meskipun sudah terjadi beberapa kali kasus penjualan produk smartphone ilegal terungkap, namun masih banyak penjual produk smartphone ilegal yang terus mengiklankan produknya melalui media online terlebih lagi dibanjarmasin banyak masyarakat yang terang-terangan memperjualbelikan smartphone replika melalui beberapa media online seperti: Facebook, OLX dan Instagram. Hal ini disebabkan masih banyaknya permintaan masyarakat akan produk smartphone ilegal tersebut. Kondisi ini dapat terjadi karena rendahnya kesadaran hukum masyarakat terhadap pembelian produk smartphone ilegal, sehingga menyebabkan masyarakat sendirilah yang menjadi korban.

---

<sup>8</sup>Zuhri Muhammad, Dua Kali Penggerebekan HP *Black Market* di Batam Menguap (Online) (<http://batamnews.co.id/berita-16838-dua-kali-penggerebekan-hp-black-market-di-batam-menguap-.html>)

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini. Maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti, yakni bagaimana ketentuan jual beli smartphone replika di Indonesia ditinjau dari perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode normatif, dengan mengkaji ketentuan jual beli smartphone replika di Indonesia ditinjau dari perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan pendekatan perundangan-undangan (*statute approach*).

## **PEMBAHASAN**

### **A. Perlindungan Hukum Jual-Beli Di Indonesia**

Pembangunan dan perkembangan perekonomian di bidang perindustrian dan

perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan atau jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi dan informasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa. Akibatnya barang dan atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik dari segi harga yang cukup tinggi. Oleh sebab itu kesadaran hukum tentang pentingnya pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur baik bagi pelaku usaha maupun konsumen perlu ditingkatkan guna memberikan jaminan terhadap perlindungan konsumen.

Adapun beberapa teori yang membahas permasalahan perlindungan hukum jual beli di masyarakat Indonesia, antara lain sebagai berikut:

1. Teori Perlindungan Konsumen  
Perlindungan konsumen menurut *Janus Sidabalok* adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Karena itu, berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Ada sejumlah asas yang terkandung di

dalam usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.<sup>9</sup> Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas, yang menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ini adalah:

- a. Asas manfaat;
- b. Asas keadilan;
- c. Asas keseimbangan;
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen; serta
- e. Asas kepastian hukum.

2. Teori Penegakan Hukum Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak

---

<sup>9</sup>Janus Sidabalok, (2014), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti, hlm. 7.

terkait.<sup>10</sup> Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Kesalahan (*liability based fault*) Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. dalam kitab undang-undang hukum perdata, khususnya pasal 1365, dan 1366, prinsip ini di pegang secara teguh. seseorang baru dapat diminta pertanggung jawaban secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUHPperdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya perbuatan;
2. Adanya unsur kesalahan;

3. Adanya kerugian yang diderita;

4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Yang dimaksud kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian “hukum”, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

b. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*) Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu di anggap bertanggung jawab, sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat.<sup>11</sup> Dasar pemikiran dari teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya.

c. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*) Prinsip ini adalah

---

<sup>10</sup>Celina tri siwi kristiyani, (2008), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafika, hlm.92

---

<sup>11</sup>*Ibid*

kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk selalu tidak bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian dapat biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.<sup>12</sup>

- d. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) Prinsip tanggung jawab mutlak identik dengan tanggung jawab absolut. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen.<sup>13</sup>
- e. Pembatasan tanggung jawab (*imitation of liability*) Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk mencantumkan sebagai klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen

bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen seharusnya pelaku usaha tidak dibenarkan secara sepihak melakukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.<sup>14</sup>

Disisi lain keberadaan smartphone replika maupun *blackmarket* dapat merugikan perusahaan yang memegang hak merek pada suatu barang itu sendiri, hal ini dikarenakan perbuatan seseorang/suatu perusahaan yang melakukan *supercopy* nama produk itu. Sedangkan bagi perusahaan selaku pemegang hak mereknya tentu lambat laun akan mengalami kerugian dikarenakan peminat pembeli terhadap smartphone itu sendiri seiring dengan waktu akan berkurang karena adanya smartphone replika yang membuat smartphone tersebut sangat identik dengan harga

---

<sup>12</sup>*Ibid*

<sup>13</sup>*Ibid*

---

<sup>14</sup>*Ibid*

jual murah dari smartphone originalnya. Namun pada sisi lain juga dapat dikatakan menguntungkan bagi masyarakat karena kualitas harga yang lumayan tercapai bagi kalangan ekonomi lemah, tanpa mereka sadari bahwa mereka tertipu dan menjadi korban dikarenakan tergiur akan harga jual yang relatif murah namun pada akhirnya tak dapat di pungkiri akan lebih banyak kekurangan dan malah menjadi kerugian bagi masyarakat selaku konsumen dari produk smartphone replika maupun *blackmarket* itu sendiri.

### **B. Pasal-Pasal Yang Mengungkit Ketentuan Hak Merek**

Dalam penjelasan pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis maka gugatan atas pelanggaran merek, dimana pemilik 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.

Pasal 84 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar, pemilik merek dan/atau penerima lisensi selaku penggugat dapat mengajukan permohonan kepada hakim untuk menghentikan kegiatan produksi, peredaran, dari/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak sebagaimana termaktub dalam pasal 84 ayat (2) dalam hal tergugat dituntut menyerahkan barang yang menggunakan merek secara tanpa hak, maka hakim dapat memerintahkan penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap.<sup>15</sup>

### **C. Dasar perlindungan Hukum**

Pada tahun 2001, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Namun seiring

---

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 240

perkembangannya, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi local dan nasional sehingga perlu di ganti. Oleh karena itu, pemerintah mengganti undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Di samping itu, berikut ini beberapa peraturan lain terkait pelaksanaan di bidang merek.

- a. Peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1995 tentang Komisi Banding Merek ditetapkan Tanggal 29 Agustus 1995
- b. Peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2016 tentang kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek ditetapkan Tanggal 31 Maret 1993.
- c. Peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2016 tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

- d. Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 Tentang pendaftaran Merek
- e. Keputusan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Bidang Merek
- f. Keputusan direktur Jenderal Kekayaan Intelektual Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017 tentang Penetapan Formulir Permohonan Merek

#### **D. Pelanggaran Hak Merek**

Pidana yang di jatuhkan kepada pelaku pelanggaran merek telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Petan dalam pasal 100 sampai dengan pasal 163. Berikut ini beberapa tindakan yang termasuk melanggar hak merek dan sanksi yang termasuk melanggar hak merek dan dijatuhkan untuk pelakunya.

1. Tindak pidana pelanggaran terhadap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang di

produksi dan/atau diperdagangkan.

Sanksi : pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000.00 (dua miliar rupiah).

2. Tindak pidana pelanggaran terhadap 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 di produksi dan/atau diperdagangkan.

Sanksi : pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000.00 (dua miliar rupiah).

3. Tindak pidana pelanggaran terhadap orang yang tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan baik pada keseluruhan maupun bagian

pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang di produksi dan/atau di perdagangkan, serta jenis barangnya mengakibatkan gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia.

Sanksi : pidana penjara paling lama 10 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000.00. (lima miliar rupiah)

4. Tindak pelanggaran terhadap orang yang tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis.

Sanksi : pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp.

2.000.000.000.00. (dua miliar rupiah)

5. Tindak pelanggaran terhadap orang yang tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan indikasi geografis pada pihak lain untuk barang dan/atau produk yang terdaftar.

Sanksi : pidana penjara paling lama 4 tahun (dua miliar rupiah)

6. Tindak pelanggaran terhadap barang dan/atau jasa dan/atau produk yang di ketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana pelanggaran merek.

Sanksi : pidana kurungan paling lama 1 tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000.00. (dua miliar rupiah)

Dalam perlindungan hukum jual beli di Indonesia dapat kita tinjau kembali pengaruh buruk dalam smartphone replika di Indonesia bagi masyarakat luas ada yang hanya memanfaatkan sebagai tren mode sekarang dan hanya menjadikan sebagai gaya merek tergolong mahal dan ada pula sebagai keperluan pribadi, akan tetapi masyarakat tanpa sadar telah menjadi korban ditinjau dari perpektif perlindungan konsumen dan kejahatan tanpa korban atau *crime without victim*. Oleh karena itu diperlukan tindakan berupa sosialisasi hukum maupun advokasi hukum terhadap masyarakat supaya mengetahui dan memahami dasar hukumnya dan dampak buruknya smartphone replika, *blackmarket* bahkan rekondisi sekalipun, untuk itu perlunya harmonisasi dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga pasal terkait baik dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dapat menjadi dasar dan perlindungan hukum terhadap masyarakat bisa menjadi efek

## **PENUTUP**

jera baik terhadap pemasok maupun penjual.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Celina tri siwi kristiyani. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika.

Janus Sidabalok. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti.

Satjipto Raharjo. (2009). *Penegakan Hukum Suatu Tinjauan Sosiologis*. Yogyakarta : Genta Publishing.

### Internet

Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Merek, Promosi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Blackberry di Surabaya, terdapat dalam <http://repository.wima.ac.id/1151/2/Bab%201.pdf>

Gde Manik Yogiarta dan I ketut Wartha, (2011), *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Telepon Seluler Tanpa Garansi di Pasar Gelap (BlackMarket)(Online)*<http://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/viewFile/4796/3604>.

[http://teknotipsntrick.blogspot.com/2015/01/perbedaan-hp-asli-replika-black-market\\_16.html](http://teknotipsntrick.blogspot.com/2015/01/perbedaan-hp-asli-replika-black-market_16.html)

Jimly Asshiddiqie, *Penegakan Hukum*, terdapat dalam [http://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan\\_Hukum.pdf](http://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf)

Zuhri Muhammad, Dua Kali Penggerebekan HP *Black Market* di Batam Menguap (Online) ([Http://batamnews.co.id/berita-16838-dua-kali-penggerebekan-hp-black-market-di-batam-menguap-.html](http://batamnews.co.id/berita-16838-dua-kali-penggerebekan-hp-black-market-di-batam-menguap-.html))