

BAB IV

PENUTUP

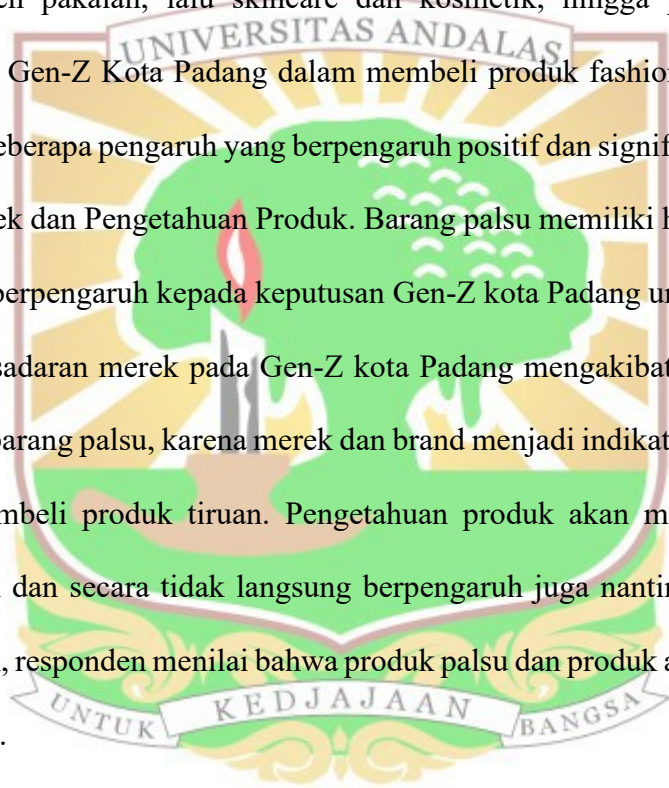
A. Kesimpulan

1. Secara Internasional perlindungan merek terkenal diatur dalam *The Paris Convention for The Protection of Industrial Property*, berlaku untuk *industrial properti* dalam arti luas. *Paris Convention* dapat menjadi dasar untuk menggagalkan atau membatalkan Merek produk yang memiliki kesamaan identitas merek, nama atau yang dapat menimbulkan keraguan dan kebingungan pada masyarakat yang cenderung dapat menipu konsumen dengan menjual produk dengan merek palsu. Bagian dari *Paris Convention* lalu diadaptasi oleh TRIPS *Agreement* TRIPS *Agreement* mengkombinasikan standar-standar yang telah dibuat melalui konvensi sebelumnya dan menciptakan standar minimum yang diakui secara internasional. Memberikan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan tata cara penegakan hak tersebut menuju perdagangan yang sehat merupakan tujuan dari TRIPS *Agreement*.

Indonesia telah menjadi anggota WTO, dan turut mengesahkan TRIPS *Agreement*, dan juga telah meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. sehingga Indonesia berkewajiban memasukan peraturan peraturan standar atau ketentuan minimal yang diatur dalam TRIPS *Agreement* dan Konvensi-Konvensi yang telah diratifikasi kedalam aturan nasional. Dalam hal ini Undang-Undang Indonesia telah menerapkan standar minimal TRIPS *Agreement* atau *TRIPS PLUS*. Undang-Undang yang melindungi merek dan merek terkenal yang berlaku yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis perlindungan. Terdapat didalamnya tata cara pendaftaran merek

hingga sanksi pidana terhadap produsen dan penjual barang yang merupakan pelanggaran hak merek (Pemalsuan). Delik yang digunakan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 merupakan delik aduan.

2. Dalam pemahaman dan praktek Gen-Z Kota Padang terhadap penggunaan produk fashion dan kosmetik palsu, setahun terakhir sebanyak 66% Gen-Z kota padang telah membeli produk fashion dan kosmetik palsu, dan 34% nya tidak pernah membeli produk palsu. Dan produk paling banyak dipalsukan adalah Sepatu dan Aksesoris, diikuti oleh pakaian, lalu skincare dan kosmetik, hingga parfum. Berdasarkan keputusan Gen-Z Kota Padang dalam membeli produk fashion dan kosmetik palsu terdapat beberapa pengaruh yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu, Daya Beli, Citra Merek dan Pengetahuan Produk. Barang palsu memiliki harga yang terjangkau sehingga berpengaruh kepada keputusan Gen-Z kota Padang untuk Membeli Barang palsu. Kesadaran merek pada Gen-Z kota Padang mengakibatkan responden untuk membeli barang palsu, karena merek dan brand menjadi indikator pemikat responden untuk membeli produk tiruan. Pengetahuan produk akan menentukan keputusan pembelian dan secara tidak langsung berpengaruh juga nantinya kepada intensitas pembelian, responden menilai bahwa produk palsu dan produk asli masih sukar untuk dibedakan.



Kesimpulan yang diperoleh dalam penulisan ini membuktikan bahwa jika keputusan konsumen berusaha untuk mencapai individu yang lebih responsive dan memiliki wawasan dan kesadaran terhadap bahaya dan kerugian peredaran barang palsu secara ekonomi, lingkungan dan juga hukum, maka akan menurunkan konsumsi barang palsu secara keseluruhan, konsumen juga menemukan lebih sedikit perlindungan di lingkungan sekitar mereka dimana penjualan barang palsu masih banyak beredar dan lolos kedalam pasar indonesia. Penelitian ini menunjukkan

bahwa kebijakan kesadaran yang ditargetkan dengan baik akan mengurangi konsumsi palsu, permintaan barang palsu akan menurun dan produksi juga akan menurun.

B. Saran

1. Peneliti menyarankan dalam mencegah terjadinya pemalsuan konsumen lebih selektif dan memperhatikan produk yang akan dibeli karena, keputusan konsumen dalam membeli barang adalah hal yang sangat penting karena dalam pasar Indonesia masih banyak ditemukan barang palsu yang beredar, delik yang digunakan dalam Undang-Undang Merek tahun 2016 juga merupakan delik aduan dimana masyarakat tidak bisa menuntut apabila terjadi pemalsuan merek kecuali pengaduan dilakukan oleh pemilik merek dan pemegang lisensi. Maka keputusan dan kebijaksanaan konsumen sangat diharapkan dalam mengurangi pemalsuan yang ada di Indonesia.
2. Peneliti berharap agar diadakannya sosialisasi mengenai pengaturan tentang Hak merek. Sehingga masyarakat memiliki wawasan dan pengetahuan hukum terhadap merek yang *illegal* dan merek yang *legal*. Hal ini merupakan Tindakan preventif agar tidak terjadinya kenaikan permintaan barang palsu karena masyarakat sudah tidak meminati barang-barang palsu (*illegal*).

