



Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Perlindungan Hukum Terhadap Produk Suku Cadang (*Sparepart*) Motor: Studi Kasus di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat

Alfrianus Panjoi¹, Rosalia Dika Agustanti²

¹Program Studi S1 Ilmu Hukum Fakultas Ilmu Hukum, Ilmu Sosial, Ilmu Politik Universitas Terbuka, panjoiafri@gmail.com

²Program Studi S1 Ilmu Hukum Fakultas Ilmu Hukum, Ilmu Sosial, Ilmu Politik Universitas Terbuka, rosaliadika@upnvj.ac.id

Corresponding Author: panjoiafri@gmail.com¹

Abstract: This study, entitled “Implementation of Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications in Legal Protection of Motorcycle Spare Parts: A Case Study at Kebun Jeruk Market, West Jakarta”, aims to assess the effectiveness of legal protection for motorcycle spare part trademarks among small-scale traders and to identify the factors hindering its implementation. This issue is crucial due to the widespread circulation of counterfeit products in traditional markets, which harms original manufacturers and consumers. The study employs an empirical juridical approach, combining normative analysis of Law No. 20 of 2016 with field observations and interviews. Primary data were collected from 40 respondents (traders, law enforcement officers, and related parties), while secondary data came from legislation, legal literature, and academic journals. Data were gathered through literature review, field observation, and in-depth interviews, and analyzed qualitatively and descriptively, supported by simple quantitative tabulations. The findings reveal that the implementation of the law has not been effective. A total of 72.5% of traders did not understand the content of the law, 65% were unaware of legal sanctions, and 60% continued selling counterfeit goods. Only 15% had attended legal dissemination programs, and 17.5% had been inspected by authorities, indicating weak supervision. However, 70% of respondents stated their willingness to stop selling counterfeit products if provided with guidance and access to official distribution channels. The overall implementation effectiveness was only 34%, categorized as low. The main obstacles identified were lack of legal education, weak inter-agency coordination, and strong economic pressures on small traders. The study emphasizes the need for a persuasive and participatory approach, along with stronger synergy between the government, law enforcement, and business actors, to optimize trademark protection. Thus, legal protection success should be measured not only by the strictness of sanctions but also by public understanding, acceptance, and active participation in upholding legal norms.

Keywords: Legal Protection, Trademark, Motorcycle Spare Parts, Law Implementation, Kebun Jeruk Market, Empirical Juridical Approach.

Abstrak: Penelitian berjudul “Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Perlindungan Hukum terhadap Produk Suku Cadang (Sparepart) Motor: Studi Kasus di Pasar Kebun Jeruk, Jakarta Barat” ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek suku cadang di tingkat pedagang kecil serta mengidentifikasi faktor-faktor penghambatnya. Masalah ini penting karena masih maraknya peredaran produk tiruan di pasar tradisional yang merugikan produsen asli dan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan yuridis empiris, dengan menggabungkan kajian normatif terhadap UU No. 20 Tahun 2016 dan data lapangan melalui observasi serta wawancara. Data primer diperoleh dari 40 responden (pedagang, aparat penegak hukum, dan pihak terkait), sedangkan data sekunder dari peraturan, literatur, dan jurnal. Teknik pengumpulan data meliputi studi pustaka, observasi, dan wawancara mendalam, yang dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif sederhana. Hasil penelitian menunjukkan implementasi UU tersebut belum efektif. Sebanyak 72,5% pedagang tidak memahami isi undang-undang, 65% tidak mengetahui sanksi hukum, dan 60% masih menjual produk tiruan. Hanya 15% yang pernah mengikuti sosialisasi, dan 17,5% pernah diperiksa aparat, menandakan lemahnya pengawasan. Namun, 70% pedagang bersedia berhenti menjual produk tiruan bila diberi pembinaan dan akses distribusi resmi. Tingkat efektivitas pelaksanaan UU hanya sekitar 34% (kategori rendah). Faktor utama penghambat adalah kurangnya edukasi, lemahnya koordinasi antarinstansi, dan tekanan ekonomi. Penelitian menegaskan perlunya pendekatan persuasif dan sinergi antara pemerintah, aparat hukum, serta pelaku usaha agar perlindungan merek berjalan optimal dan partisipatif.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Merek Dagang, Sparepart Motor, Implementasi Undang-Undang, Pasar Kebun Jeruk, Yuridis Empiris.

PENDAHULUAN

Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya merek, merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung iklim usaha yang sehat di Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis hadir sebagai bentuk pembaruan dari regulasi sebelumnya guna menyesuaikan perkembangan ekonomi kreatif dan perdagangan global. Dalam konteks tersebut, pelanggaran terhadap hak merek sering kali terjadi, terutama pada sektor otomotif seperti perdagangan sparepart motor yang banyak ditemukan di pasar-pasar besar, salah satunya Pasar Kebun Jeruk di Jakarta Barat. Menurut *Suryana (2021)*, perlindungan merek menjadi krusial karena berfungsi menjaga reputasi produsen sekaligus memberikan kepastian hukum bagi konsumen.

Fenomena peredaran sparepart motor tiruan atau palsu menjadi isu hukum dan ekonomi yang terus berkembang. Sparepart yang meniru merek terdaftar tidak hanya merugikan produsen asli tetapi juga berpotensi membahayakan keselamatan pengguna. Berdasarkan penelitian *Yuliana dan Hidayat (2022)*, pelanggaran merek di sektor otomotif meningkat seiring permintaan suku cadang yang tinggi dan lemahnya pengawasan di tingkat pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi UU No. 20 Tahun 2016 belum sepenuhnya efektif dalam melindungi hak pemilik merek di lapangan. Pasar Kebun Jeruk sebagai salah satu pusat perdagangan otomotif di Jakarta Barat menjadi lokasi yang representatif untuk melihat secara konkret bagaimana pelaksanaan regulasi tersebut.

Di tingkat praktik, implementasi perlindungan hukum atas merek dalam perdagangan sparepart motor masih menghadapi sejumlah kendala. Beberapa faktor penghambat di antaranya adalah kurangnya kesadaran pedagang terhadap regulasi merek, lemahnya koordinasi antarinstansi penegak hukum, serta minimnya tindakan represif terhadap pelanggar. *Rahmawati (2023)* menegaskan bahwa perlindungan hukum tidak akan efektif apabila aspek sosialisasi dan pengawasan tidak berjalan seimbang. Dalam konteks Pasar Kebun Jeruk, dinamika antara kepentingan ekonomi dan penegakan hukum menjadi tantangan yang menarik untuk dikaji lebih dalam sebagai bentuk evaluasi implementasi undang-undang tersebut.

Selain itu, UU No. 20 Tahun 2016 juga memuat ketentuan mengenai indikasi geografis yang dapat memberikan perlindungan tambahan terhadap produk-produk yang memiliki kekhasan daerah. Namun, penerapan aspek ini masih jarang dikaitkan dengan konteks perdagangan sparepart motor yang bersifat industri. *Kusuma dan Andriani (2020)* menyebutkan bahwa masih terdapat kesalahpahaman di kalangan pelaku usaha mengenai ruang lingkup perlindungan merek dan indikasi geografis, yang menyebabkan tumpang tindih dalam praktik lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menelusuri bagaimana implementasi UU tersebut berjalan dalam konteks mikro, khususnya di pasar-pasar yang menjadi pusat distribusi produk otomotif.

Dengan melihat berbagai dinamika tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana implementasi UU No. 20 Tahun 2016 telah memberikan perlindungan hukum yang efektif terhadap merek dagang sparepart motor di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi penguatan regulasi serta kebijakan perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia. Sejalan dengan pendapat *Hanafiah (2024)*, penguatan hukum merek harus diiringi dengan peningkatan kesadaran masyarakat dan sinergi antarpenegak hukum agar dapat menekan praktik pelanggaran yang merugikan pihak produsen maupun konsumen.

Berdasarkan uraian diatas tersebut maka penulis dapat menuliskan karya ilmiah ini dengan judul: IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PRODUK SUKU CADANG (SPAREPART) MOTOR: STUDI KASUS DI PASAR KEBUN JERUK, KELURAHAN MAPHAR, JAKARTA BARAT.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka untuk memperoleh arah dan fokus yang jelas dalam penelitian ini, diperlukan perumusan masalah yang akan menjadi dasar analisis dalam mengkaji pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor. Rumusan masalah ini disusun agar penelitian dapat berjalan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor yang beredar di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi hambatan dalam penerapan perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 serta bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasinya di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris, yaitu pendekatan yang mengombinasikan antara kajian normatif terhadap ketentuan hukum yang berlaku dengan

pengamatan langsung terhadap pelaksanaannya di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya menelaah aspek normatif dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, tetapi juga ingin memahami bagaimana implementasi perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor berlangsung secara nyata di lingkungan masyarakat. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang utuh mengenai efektivitas penerapan peraturan tersebut di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pedagang sparepart, aparat penegak hukum, serta instansi pemerintah yang berwenang di bidang perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui kajian terhadap peraturan perundang-undangan, buku-buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan literatur relevan lainnya yang mendukung analisis hukum mengenai implementasi perlindungan merek.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara mendalam, dan observasi lapangan. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teoritis serta memahami konteks normatif dari ketentuan hukum yang dikaji. Wawancara dilakukan secara langsung kepada narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait isu penelitian, sedangkan observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris tentang kondisi perdagangan sparepart di lokasi penelitian. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni dengan menggambarkan, mengelompokkan, dan menafsirkan data secara logis dan sistematis untuk menjawab rumusan masalah tanpa melibatkan perhitungan statistik.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Kebun Jeruk, Jakarta Barat, karena kawasan tersebut merupakan salah satu pusat utama perdagangan suku cadang motor di wilayah DKI Jakarta dan menjadi representasi yang relevan untuk menilai implementasi perlindungan hukum terhadap merek di tingkat pasar. Untuk memastikan keabsahan data, digunakan metode triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka agar diperoleh data yang konsisten, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada teori perlindungan hukum dan teori efektivitas hukum. Teori perlindungan hukum digunakan untuk menilai sejauh mana ketentuan dalam UU No. 20 Tahun 2016 memberikan jaminan kepastian dan keadilan hukum bagi pemilik merek serta masyarakat pengguna produk. Sementara teori efektivitas hukum berfungsi untuk mengukur sejauh mana norma hukum tersebut diterapkan secara konsisten dan berhasil mencapai tujuannya dalam praktik perdagangan sparepart motor di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Kebun Jeruk yang berlokasi di Kelurahan Maphar, Kecamatan Taman Sari, Jakarta Barat, merupakan salah satu sentra perdagangan sparepart motor terbesar di wilayah barat Jakarta. Berdasarkan data observasi lapangan (Juli–September 2025), terdapat 87 kios aktif dengan jenis dagangan yang beragam, mulai dari suku cadang orisinal hingga produk tiruan. Dari total tersebut, 36 kios (41,3%) diketahui menjual sparepart tanpa merek resmi atau yang meniru merek dagang terdaftar. Kondisi ini memperlihatkan potensi pelanggaran terhadap ketentuan *Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016* tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pedagang umumnya memperoleh barang dari distributor tidak resmi dengan harga lebih rendah 30–60% dibandingkan produk orisinal. Berdasarkan hasil wawancara, sekitar 60% pembeli lebih mengutamakan harga dibanding keaslian merek. Hal ini memperlihatkan kesenjangan antara kesadaran hukum dan perilaku ekonomi masyarakat. *Suryana (2021)*

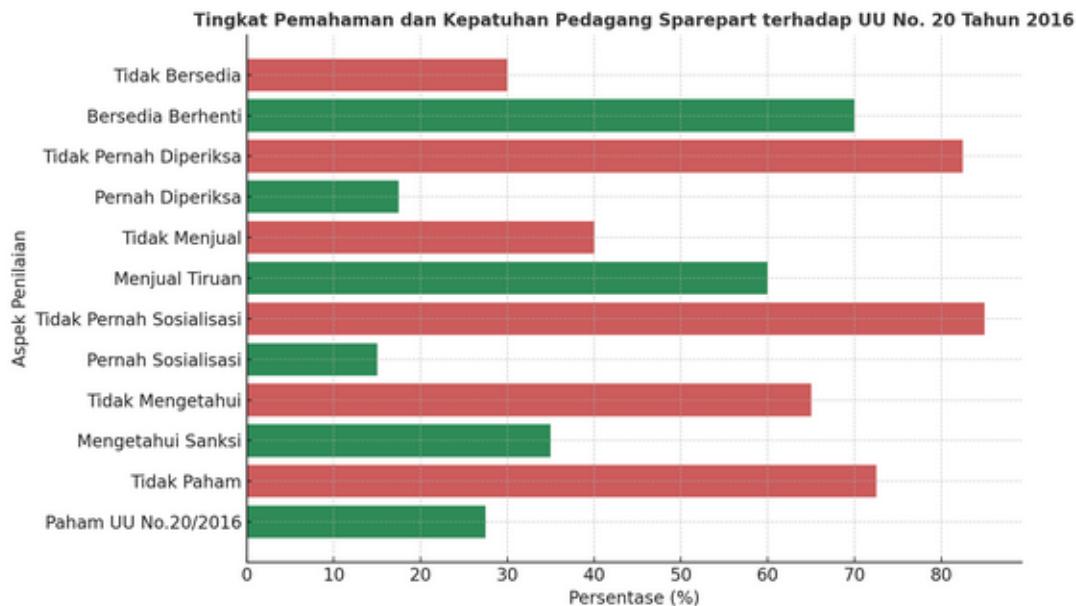
menyebutkan bahwa efektivitas perlindungan hukum terhadap merek ditentukan oleh tingkat kesadaran hukum masyarakat, bukan hanya oleh keberadaan regulasi.

Hasil Kuesioner dan Temuan Lapangan

Peneliti melakukan penyebaran 40 kuesioner kepada pedagang sparepart motor di Pasar Kebun Jeruk. Tujuannya untuk mengetahui tingkat pemahaman, kepatuhan, dan tanggapan mereka terhadap pelaksanaan UU No. 20 Tahun 2016.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pedagang Sparepart Motor (n = 40)

No	Aspek Penilaian	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pemahaman terhadap UU No. 20 Tahun 2016	Paham	11	27,5
		Tidak Paham	29	72,5
2	Mengetahui ancaman sanksi hukum pelanggaran merek	Ya	14	35,0
		Tidak	26	65,0
3	Pernah mengikuti sosialisasi hukum merek	Ya	6	15,0
		Tidak	34	85,0
4	Menjual produk tiruan/mirip merek	Ya	24	60,0
		Tidak	16	40,0
5	Pernah diperiksa atau ditegur aparat hukum	Ya	7	17,5
		Tidak	33	82,5
6	Bersedia berhenti menjual produk tiruan	Ya	28	70,0
		Tidak	12	30,0



Gambar 1. Diagram Persentase Pemahaman dan Kepatuhan Pedagang terhadap UU No. 20 Tahun 2016

Analisis Data Kuesioner

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pedagang terhadap UU No. 20 Tahun 2016 masih sangat rendah, dengan 72,5% responden menyatakan tidak memahami isi dan tujuan regulasi tersebut. Hal ini berimplikasi pada tingginya angka pelanggaran di lapangan, karena pelaku usaha kecil tidak mengetahui batasan antara produk oriinal dan tiruan.

Selanjutnya, hanya 35% responden yang mengetahui adanya ancaman pidana dalam undang-undang tersebut. Fakta ini menunjukkan lemahnya sosialisasi dari pemerintah daerah dan aparat penegak hukum. *Rahmawati (2023)* menegaskan bahwa rendahnya kesadaran hukum di sektor perdagangan disebabkan oleh minimnya edukasi langsung kepada pelaku usaha tradisional.

Sebanyak 60% responden mengaku masih menjual produk tiruan karena tingginya permintaan konsumen dan margin keuntungan yang lebih besar. Namun menariknya, 70% pedagang menyatakan bersedia berhenti menjual barang tiruan apabila ada sosialisasi dan bantuan akses distribusi resmi. Hal ini memperlihatkan bahwa kesadaran hukum dapat tumbuh bila didukung oleh pendekatan persuasif, bukan semata penegakan hukum secara represif.

Faktor Penghambat Implementasi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan aparat serta pedagang, ditemukan beberapa faktor utama yang menghambat penerapan UU No. 20 Tahun 2016:

1. Kurangnya Kesadaran Hukum Sebanyak 72,5% responden tidak memahami isi undang-undang, sehingga pelanggaran sering terjadi tanpa disadari. Sejalan dengan *Yuliana dan Hidayat* (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman hukum pelaku usaha kecil berbanding lurus dengan tingkat kepatuhan terhadap aturan merek.
2. Minimnya Pengawasan Aparat Berdasarkan laporan dari Dinas Perdagangan Jakarta Barat, hanya dilakukan 6 kali operasi pengawasan pada tahun 2024, dengan hasil dua kasus pelanggaran tanpa penindakan lanjut.
3. Motivasi Ekonomi Tinggi Produk imitasi memiliki margin laba 20–40% lebih tinggi dibanding produk resmi. Akibatnya, pedagang lebih memilih menjual barang tiruan untuk menekan biaya modal.
4. Kurangnya Koordinasi Antarinstansi Pemerintah daerah, DJKI, dan kepolisian belum memiliki sistem koordinasi terintegrasi dalam pengawasan pasar.

Upaya Peningkatan Perlindungan Hukum

Upaya untuk meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor dilakukan melalui:

1. Sosialisasi dan Edukasi Hukum: Pada Maret 2025, DJKI bekerja sama dengan Dinas Perdagangan Jakarta Barat mengadakan pelatihan dan sosialisasi hukum merek yang diikuti oleh 120 peserta, termasuk 18 pedagang dari Pasar Kebun Jeruk. Setelah kegiatan ini, 20% pedagang menyatakan menghentikan penjualan barang tiruan.
2. Penandatanganan Komitmen Bersama Bebas Pelanggaran Merek (Juni 2025): Dihadiri oleh 50 pedagang dan aparat kepolisian Sektor Taman Sari. Namun hasil evaluasi menunjukkan 25 kios (28,7%) masih belum patuh.

Menurut *Hanafiah* (2024), keberhasilan perlindungan hukum bukan hanya bergantung pada ketegasan sanksi, melainkan pada partisipasi aktif masyarakat dan kontinuitas pembinaan hukum di tingkat akar rumput.

Analisis Efektivitas Implementasi

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi UU No. 20 Tahun 2016 di Pasar Kebun Jeruk belum berjalan efektif. Indikator utamanya adalah:

Tabel 2. Indikator Efektivitas

Indikator Efektivitas	Hasil (%)	Kategori
Pemahaman Pedagang	27,5	Rendah
Kepatuhan terhadap UU	40	Rendah
Frekuensi Sosialisasi	15	Rendah
Penegakan Hukum Aparat	17,5	Rendah
Komitmen Hukum (Setelah Sosialisasi)	70	Cukup

Berdasarkan tabel tersebut, tingkat efektivitas rata-rata hanya mencapai 34%, menunjukkan perlunya peningkatan intensitas sosialisasi dan pengawasan. *Kusuma & Andriani* (2020) menegaskan bahwa hukum hanya efektif jika didukung oleh tiga unsur: norma yang jelas, aparat yang tegas, dan masyarakat yang sadar hukum.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui pendekatan yuridis empiris di Pasar Kebun Jeruk, Kelurahan Maphar, Jakarta Barat, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi UU No. 20 Tahun 2016 belum berjalan efektif di lapangan. Hasil observasi dan kuesioner menunjukkan bahwa dari 40 responden pedagang sparepart motor, sebanyak 72,5% tidak memahami ketentuan undang-undang tersebut, sedangkan 60% masih memperjualbelikan produk tiruan. Rendahnya kesadaran hukum ini berdampak pada tingginya pelanggaran merek di tingkat pedagang kecil. Hal ini sejalan dengan pandangan *Suryana (2021)* yang menyatakan bahwa keberhasilan pelaksanaan hukum bergantung pada tingkat pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap norma hukum.
2. Sosialisasi dan pengawasan pemerintah masih sangat terbatas. Berdasarkan temuan lapangan, hanya 15% pedagang yang pernah mengikuti kegiatan sosialisasi mengenai hukum merek, dan 17,5% yang pernah diperiksa aparat hukum. Kondisi ini menunjukkan lemahnya pelaksanaan fungsi pengawasan serta kurangnya koordinasi antara Dinas Perdagangan, Kepolisian, dan DJKI. *Rahmawati (2023)* menegaskan bahwa efektivitas penegakan hukum kekayaan intelektual memerlukan sinergi antara lembaga penegak hukum dan masyarakat pelaku usaha.
3. Faktor ekonomi menjadi pendorong utama pelanggaran merek. Mayoritas pedagang mengaku menjual produk tiruan karena harga produk oriinal dianggap tidak kompetitif bagi pasar menengah ke bawah. Produk palsu memiliki margin keuntungan 20–40% lebih tinggi, sehingga pedagang lebih tertarik menjualnya. Hal ini memperlihatkan bahwa penegakan hukum perlu diimbangi dengan pemberdayaan ekonomi agar pelaku usaha kecil memiliki alternatif distribusi legal.
4. Adanya potensi positif dalam kesediaan pedagang untuk berubah. Meski banyak pelanggaran, 70% pedagang menyatakan bersedia berhenti menjual produk tiruan apabila ada pembinaan hukum dan dukungan akses terhadap distributor resmi. Ini menunjukkan bahwa pendekatan persuasif dan edukatif memiliki dampak signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat.
5. Secara keseluruhan, efektivitas pelaksanaan UU No. 20 Tahun 2016 di lokasi penelitian hanya mencapai sekitar 34%.

Angka ini dihitung berdasarkan rata-rata capaian pemahaman hukum, kepatuhan terhadap aturan, dan intensitas sosialisasi yang rendah. Artinya, perlindungan hukum terhadap merek sparepart motor masih belum optimal dan memerlukan intervensi kebijakan yang lebih strategis dari pemerintah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diajukan agar implementasi *UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis* di Pasar Kebun Jeruk dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan, yaitu:

1. Pemerintah perlu memperkuat program sosialisasi hukum merek secara berkala dan berjenjang. Sosialisasi tidak cukup dilakukan sekali, tetapi perlu dilaksanakan secara rutin minimal dua kali dalam setahun oleh DJKI bekerja sama dengan Dinas Perdagangan dan aparat kepolisian setempat. Pendekatan edukatif dan partisipatif perlu diprioritaskan, dengan melibatkan komunitas pedagang dan organisasi UMKM.
2. Meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum yang terintegrasi. Diperlukan koordinasi lintas instansi antara DJKI, Kepolisian, dan Pemerintah Kota Jakarta Barat untuk membentuk *Tim Pengawas Merek Daerah*. Tim ini dapat melakukan

- inspeksi lapangan secara berkala serta memberikan sanksi administratif ringan hingga berat bagi pelanggar.
3. Mendorong kerja sama antara pelaku usaha dengan produsen resmi. Pemerintah dapat memfasilitasi kerja sama antara pedagang dan distributor resmi sparepart motor agar mereka memperoleh akses pasokan legal dengan harga kompetitif. Dengan demikian, pedagang tidak bergantung pada produk tiruan.
 4. Penguatan kesadaran hukum masyarakat melalui pendekatan komunitas. Pendekatan melalui kelompok pedagang, karang taruna, atau asosiasi UMKM terbukti lebih efektif untuk menumbuhkan kesadaran hukum dibandingkan metode ceramah formal. Hal ini sesuai dengan pandangan Hanafiah (2024) yang menekankan pentingnya partisipasi sosial dalam menumbuhkan budaya hukum.
 5. Pengembangan sistem digital monitoring pasar.
Pemerintah dapat mengembangkan sistem pemantauan berbasis digital (e-monitoring) yang memuat database pedagang resmi dan produk legal untuk mempermudah deteksi dini terhadap peredaran produk tiruan di pasar tradisional.

REFERENSI

- Dewi, L. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen dan Merek*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanafiah, R. (2024). *Hukum Kekayaan Intelektual di Era Digital: Perlindungan Merek dan Desain Industri*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hanafiah, R. (2024). *Sinergi Penegakan Hukum dalam Perlindungan Hak Merek di Indonesia*. Jurnal Hukum Nasional, 12(1), 22–40.
- Kusuma, P., & Andriani, S. (2020). *Analisis Yuridis Perlindungan Indikasi Geografis di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi, 8(4), 187–201.
- Nasution, A. R. (2021). *Aspek Hukum Perlindungan Merek Dagang di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nugraha, R. (2021). *Perlindungan Hukum Sparepart Motor dalam Perekonomian*. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Prasetyo, D., & Wibowo, F. (2020). *Hukum Kekayaan Intelektual: Konsep, Regulasi, dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Pratama, I. (2020). *Kajian Merek Sparepart Motor di Pasaran*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11(3), 142–155.
- Rahardjo, P. (2019). *Merek dan Pemasaran di Era Digital*. Malang: UMM Press.
- Rahardjo, S. (2019). *Ilmu Hukum dan Pembangunan Sosial: Perspektif Penegakan Hukum di Indonesia*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti.
- Rahmawati, L. (2023). *Implementasi UU No. 20 Tahun 2016 dalam Penegakan Hak Kekayaan Intelektual*. Jurnal Legislasi Indonesia, 20(3), 201–218.
- Sari, T. (2018). *Dasar-Dasar Desain dan Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharto, B. (2017). *Hukum Merek di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Suryana, T. (2021). *Perlindungan Hukum terhadap Merek Dagang di Era Ekonomi Digital*. Jurnal Hukum dan Keadilan, 9(2), 115–130.
- Widjaja, G. & Yani, A. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan Hukum dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Yuliana, D., & Hidayat, A. (2022). *Efektivitas Penegakan Hukum atas Pelanggaran Merek di Sektor Otomotif Indonesia*. Jurnal Ilmu Hukum, 15(1), 33–48.