



## UPAYA ALIBABA DALAM MENANGANI *COUNTERFEIT GOODS* ASAL TIONGKOK

**Ovi Nurtri Asih**

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269

Website: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

### ABSTRACT

Counterfeit goods is a global problem that does not only occur in one country but many, including Tiongkok. Along with developments in technology, Counterfeit goods does not only occur offline but also online. Various efforts have been made to deal with the problem in Tiongkok. Although a lot has been sought, it still persists. Clearly other efforts are needed to deal with the problems. This study aims to explain the efforts that can be made by Alibaba as one of the transnational companies in handling counterfeit goods from Tiongkok in years 2013-2018. The theory used in this study is theory of securitization by Barry Buzan. The method used in this study is a qualitative method, with the type of analysis description research through data collection techniques and literature studies. The results of this study are the efforts made by Alibaba as a transnational company in handling counterfeit goods in Tiongkok, through securitization. Securitization carried out by Alibaba with various ways, such as cooperating with the International Anti Counterfeiting Coalition (IACC) and by establishing Alibaba Anti counterfeiting Alliance (AACA). Alibaba has an important role in helping Tiongkok government to deal with counterfeit goods, mainly online. Still, securitization efforts carried out by Alibaba required support from Tiongkok government as actors who could make legal and binding policies.

**Keywords:** *Counterfeit goods, Tiongkok, Securitization, Alibaba.*

### Pendahuluan

Pemalsuan barang atau *counterfeiting goods* marak terjadi. Pemalsuan barang tidak hanya terjadi di satu negara tetapi banyak negara. Keinginan pasar yang begitu besar serta profit atau keuntungan yang didapat cukup signifikan bagi penjual membuat fenomena ini masih terus terjadi. Pemalsuan barang juga terjadi pada proses distribusi bukan hanya proses produksi. Distribusi barang palsu dapat dilakukan secara tradisional dan *online*. Penjualan barang palsu secara *online* semakin meningkat. Hal ini karena adanya peningkatan tren dari berbelanja dengan metode tradisional ke belanja dengan metode *e-commerce*. Pergeseran tren belanja dari tradisional ke metode *e-commerce* terjadi di berbagai negara. Berdasarkan survei dari Rakuten pada akhir 2011 mengungkap minat internasional untuk membeli dari pedagang global dan *marketplace online*. Hasil survei menunjukkan Brasilia memimpin gerakan *e-shopping* global, dengan 81 persen konsumen tertarik untuk belanja di pasar-pasar *online* yang berbeda, diikuti oleh Indonesia (77%), Thailand (74%), Tiongkok (69%) dan Spanyol (66%) (Inaba, 2012).

Pasar *e-commerce* di Tiongkok terus tumbuh hingga Tiongkok menguasai pasar Asia. Pada akhir 2015, Tiongkok memiliki 668 juta pengguna internet, dimana 60 persen

pengguna internet, menggunakan internet untuk melakukan perdagangan elektronik atau *e-commerce* (Lee, 2016). Dari tahun 2013 sampai tahun 2016 Tiongkok merupakan negara dengan penjualan *online* tertinggi di Asia mengalahkan Jepang, Korea Selatan, India, Indonesia dan negara lainnya (Millward, 2014). Volume penjualan *online* di Tiongkok telah melampaui Amerika Serikat dan diprediksi tumbuh 20 persen secara tahunan pada tahun 2020 (Setiawan, 2016). Meski masih relatif baru terhadap belanja *online*, konsumen Tiongkok sudah menguasai hampir separuh penjualan ritel *online* global dan angkanya pun terus menanjak.

Tiongkok merupakan negara yang dikenal sebagai penghasil barang palsu tertinggi di dunia. Peredaran barang palsu terus meningkat terutama secara *online*. Perubahan pola perdagangan dari tradisional ke metode *e-commerce* yang semakin digemari oleh masyarakat terutama negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak seperti Tiongkok, Indonesia dan Amerika menjadikan negara tersebut rawan akan barang palsu. Di Tiongkok lebih dari 40 persen barang yang dijual secara *online* merupakan produk palsu atau berkualitas buruk pada tahun 2014 (Panji, 2015). Menurut catatan, total keluhan soal pesanan *online* di Tiongkok mencapai 77.800 pada tahun 2014 atau melonjak 356,6 persen dibandingkan 2013 (Panji, 2015).

Tiongkok merupakan anggota dari *World Trade Organization* (WTO). Selain telah bergabung dengan WTO, Tiongkok juga telah menandatangani perjanjian *anti-Counterfeiting*. Sebagai anggota WTO dan telah menandatangani perjanjian *anti-Counterfeiting* sudah sepatutnya Tiongkok mendukung dan melaksanakan aturan yang ada dalam perjanjian tersebut. Pemalsuan barang yang dilakukan oleh Tiongkok melanggar peraturan yang ada dalam WTO yaitu terkait *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs). Berbagai upaya telah dilakukan untuk menekan pemalsuan barang yang dilakukan oleh Tiongkok. Upaya tersebut terutama dilakukan oleh organisasi perdagangan internasional yaitu WTO dan juga pemerintah Tiongkok. Pemerintah Tiongkok dinilai masih belum mampu menegakan hukum terkait hak kekayaan intelektual. Upaya perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah Tiongkok terhadap hal tersebut masih sangat kurang, pasalnya masing banyak terjadi kasus pelanggaran hak kekayaan intelektual. Upaya yang dilakukan melalui pemerintah ke pemerintah pada kenyataannya belum berjalan dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan upaya lain untuk menangani masalah pemalsuan barang. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah pemalsuan barang dilakukan oleh Alibaba Group.

## **Pembahasan**

Permasalahan *counterfeit goods* di Tiongkok sudah lama terjadi. Pemerintah Tiongkok dalam hal ini menanggapi *counterfeit goods* merupakan masalah bagi pemerintah. Perdana menteri Li Keqiang bersumpah bahwa tidak ada tempat bagi produk-produk inferior, produsen dan penjual produk-produk yang menjual barang palsu mereka akan dihukum oleh hukum yang berlaku di Tiongkok (Global Times, 2018). Dalam pernyataan yang disampaikan oleh pemerintah Tiongkok melalui perdana menteri menjelaskan bahwa pemerintah Tiongkok menganggap *counterfeit goods* merupakan tindakan yang dilarang dan melanggar hukum. Tindakan *counterfeit goods* tidak dibenarkan di Tiongkok. Namun, *counterfeit goods* yang terjadi di Tiongkok hingga kini masih terjadi meskipun pemerintah Tiongkok menyatakan bahwa *counterfeit goods* merupakan tindakan yang dilarang.

Tindakan *counterfeit goods* tidak hanya merugikan negara Tiongkok tetapi juga ada pihak lain. Pihak yang dirugikan disini yaitu pihak perusahaan atau pengembang. Dimana *counterfeit goods* ini merupakan tindakan pelanggaran IP yang merugikan perusahaan pemilik merek. Perusahaan sebagai pihak yang dirugikan tidak akan membiarkan masalah *counterfeit goods* terus terjadi apalagi dengan adanya tren *e-commerce*. Dimana tren *e-*

*commerce* menjadikan barang palsu meningkat karena distribusi barang palsu semakin mudah. Internet dengan segala celahnya digunakan untuk melakukan tindak kejahatan. *Counterfeit goods* yang semakin berkembang yang tidak hanya dilakukan secara tradisional tetapi juga secara *online* menjadikan *counterfeit goods* masalah yang kompleks. Menurut hasil investigasi *State Administration of Industry & Commerce* (SAIC), lebih dari 10% barang yang dibeli secara *online* dari pengecer, adalah barang palsu (Mailanto, 2014). *Counterfeit goods* secara *online* yang terus meningkat dan upaya penanganan yang dinilai masih belum baik menjadikan perusahaan berbasis *e-commerce* ikut terlibat dalam upaya penanganan. Pasalnya upaya yang dilakukan dari pemerintah ke pemerintah dinilai masih belum baik. Oleh karena itu, Alibaba dalam hal ini menganggap tindakan *counterfeit* sebagai tindak ancaman yang perlu dilakukan tindakan penanganan yaitu dengan melakukan suatu tindak sekuritisasi.

Menurut Barry Buzan (1998), sekuritisasi merupakan suatu proses pengangkatan suatu isu yang tadinya tidak memiliki perhatian khusus menjadi suatu isu yang patut diangkat dan dilakukan suatu tindak lanjut berupa tindakan sekuritisasi. Dimana aktor yang melakukan tindakan sekuritisasi bukan hanya negara melainkan juga aktor non-negara. Suatu tindak sekuritisasi dapat dilakukan oleh suatu aktor ketika dianggap sangat mengancam dan diperlukan suatu tindak penanganan lebih lanjut. Jadi, apabila isu tersebut dapat dikatakan ancaman, maka aktor sekuritisasi dapat melakukan tindakan sekuritisasi. Isu yang dapat dilakukan tindakan sekuritisasi tidak terbatas pada isu politik atau militer tetapi juga isu non politik atau militer seperti isu ekonomi. Selain itu, aktor yang melakukan tindakan sekuritisasi tidak terbatas pada pemerintah atau pemangku jabatan tetapi juga terdapat aktor lain seperti aktor transnasional. Suatu isu dapat dikatakan sebagai ancaman ketika aktor tersebut melakukan suatu tindak wacana yang menyatakan isu tersebut merupakan ancaman esensial, membutuhkan tindakan darurat. Aktor sekuritisasi berusaha menyampaikan bahaya dari isu yang akan disekuritisasi melalui *speech act* yang kemudian aktor sekuritisasi mengeluarkan tindakan-tindakan keamanan.

Alibaba dalam hal ini telah melakukan sekuritisasi terhadap isu *counterfeit goods*. Dimana aktor yang dapat melakukan sekuritisasi bukan hanya pemerintah. Aktor sekuritisasi adalah pihak yang berusaha untuk melakukan sekuritisasi ( Buzan, Waeber dan Wilde, 1998) usaha tersebut dilakukan melalui penyampaian ide atau sosialisasi yang disebut dengan *speech act*. Upaya *speech act* yang dilakukan oleh Alibaba mengenai *counterfeit goods* telah dilakukan. Dimana Jack Ma dalam berbagai kesempatan telah menyampaikan mengenai *counterfeit goods* secara *online*. Menurut Jack Ma, jika *e-commerce* berjalan baik di Tiongkok, mungkin tidak ada hubungannya dengan Alibaba Grup, tetapi jika pemalsuan dalam masyarakat tidak ditangani secara efektif, itu banyak hubungannya dengan Alibaba Group. Masalah *counterfeit goods* yang ada menjadi tanggung jawab Alibaba dalam menangani masalah tersebut. Sejak berdirinya Taobao pada tahun 2003, Alibaba Group terus-menerus berjuang untuk melindungi kepentingan konsumen di ruang Internet dan bersama dengan pemerintah Alibaba telah membuat langkah langkah keamanan untuk menangani masalah *counterfeit goods* (Alibaba Group, 2014). Alibaba menyatakan bahwa *counterfeit goods* yang terjadi apabila tidak ditangani secara efektif merupakan masalah bagi Alibaba. Dimana *counterfeit goods* yang terjadi akan merugikan masyarakat atau konsumen. Alibaba sebagai salah satu perusahaan berbasis *e-commerce* ingin melindungi kepentingan konsumen dengan melakukan berbagai langkah-langkah keamanan.

Selain itu pada pertemuan yang dilakukan di Detroit, sebuah kota di negara Amerika Serikat pada tanggal 20 Juni 2017, Alibaba memberikan pernyataan (*speech act*) tentang isu *counterfeit goods*. Dalam kesempatan tersebut Alibaba mengatakan bahwa *counterfeit goods* itu merupakan *cancer* bagi perusahaan berbasis *online* seperti Alibaba. *Counterfeit goods* merupakan suatu masalah yang akan mengancam perusahaan Alibaba. Bagi perusahaan

penyedia platform *e-commerce* lainnya juga hal ini menjadi *cancer* yang akan membuat bisnis perusahaan itu mati (Horwitz, 2017). Selain itu, dalam wawancara yang dilakukan Jack Ma di 60 Minutes bersama dengan Lara Logan pada tanggal 28 September 2014, Jack Ma menyampaikan mengenai *counterfeit goods*. Jack Ma menyampaikan bahwa *Counterfeit goods* merupakan kanker perusahaan. Dimana Alibaba sebagai salah satu perusahaan besar berbasis *e-commerce* terus mengalami tuduhan akan barang palsu dari perusahaan-perusahaan pemilik merek, hal tersebut menjadi kanker bagi perusahaan.

Alibaba sebagai aktor sekuritisasi terus berusaha melakukan *speech act* mengenai *counterfeit goods*. Upaya *speech act* yang dilakukan oleh Alibaba disampaikan oleh Jack Ma kepada para karyawan dalam pidato di kantor pusat Hangzhou, Alibabamenyebut penghapusan barang palsu secara *online* sebagai tugas yang sulit tetapi reputasi baik bagi Alibaba di kalangan investor dan pemilik merek dapat dirusak oleh barang palsu dan juga untuk Tiongkok (Chu, 2016). Dalam pernyataan yang disampaikan oleh Alibaba tersebut menjelaskan bahwa *counterfeit goods* merupakan ancaman bagi Alibaba sebagai perusahaan penyedia *platform*, dimana reputasi Alibaba akan rusak dimata investor dan pemilik merek jika perusahaan Alibaba menjual barang palsu. Bukan hanya Alibaba, *counterfeit* juga dapat menjadi ancaman bagi pemerintah Tiongkok. Jack Ma dalam hal ini juga mengatakan bahwa selama bertahun-tahun telah dilakukan langkah-langkah untuk melawan barang palsu dengan metode tradisional tetapi masalah pemalsuan barang masih ada. Oleh karena itu, Alibaba dalam hal ini berusaha meyakinkan kalau sekarang saatnya penggunaan analisis data dan teknologi canggih untuk mengatasi masalah *counterfeit goods*. Membiarkan perusahaan-perusahaan berbasis internet untuk mencoba menyelesaikan masalah dengan teknologi *big data* (Chu, 2016).

Dalam pernyataannya Jack Ma, tim Alibaba akan melakukan pemberantasan setelah para pemalsu dan pencuri IP di mana-mana tidak hanya di Taobao, tetapi juga di *platform* saingan seperti JD.com dan WeChat. Dimana dalam pidatonya Jack Ma, cukup serius dalam mengubah sudut pandang pertempuran perusahaan dengan barang palsu. Tidak sulit untuk memahami alasannya. Produk palsu dan melanggar IP telah menimbulkan masalah dalam negeri dan internasional, dan reputasi Taobao sebagai tempat berlindung bagi perompak adalah noda pada merek internasional perusahaan (Custer, 2016). Dalam menangani *counterfeit goods*, Alibaba tidak hanya berfokus pada situsnya melainkan juga melakukan penanganan pada *platforme-commerce* lainnya. Menurut Alibaba barang palsu merupakan masalah baik dalam negeri maupun internasional dan alibaba akan serius dalam menangani masalah *counterfeit goods*.

Di dalam menyampaikan isu *counterfeit goods*, Alibaba sebagai aktor sekuritisasi menyampaikan mengenai *Existential threat*. *Existential threat* merupakan suatu ancaman yang disampaikan oleh aktor sekuritisasi melalui *speech act* (Buzan, Waever and Wilde, 1998). Menurut Alibaba *counterfeit goods* secara *online* ini mengancam perusahaan berbasis *e-commerce* seperti Alibaba. *Counterfeit goods* secara *online* akan menjadi *cancer* dan akan mematikan usaha mereka seperti yang di nyatakan oleh Alibaba dalam upaya *speech act* nya. Apabila masalah *counterfeit goods* tidak ditangani akan banyak perusahaan yang yang menggugat Alibaba karena dinilai menjual barang palsu. Pada saat wawancara yang dilakukan Jack Ma menyatakan bahwa pemerintah Tiongkok peduli dengan Alibaba karena dapat menstabilkan negara. Jack Ma memberitahu pemerintah, jika orang tidak punya pekerjaan, Pemerintah dalam masalah. Pemerintah akan bermasalah. Pekerjaan Jack Ma adalah membantu lebih banyak orang memiliki pekerjaan (60Minutes, 2014). Dengan masalah *counterfeit goods* yang ada tentu akan mempengaruhi negara, dimana Alibaba sebagai perusahaan membantu pemerintah Tiongkok dalam menstabilkan ekonomi Tiongkok, bahkan Alibaba dapat menaikkan ekonomi Tiongkok. Alibaba menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Tiongkok dan menggerakkan bisnis Tiongkok untuk lebih berkembang hal ini

tentu akan mempengaruhi ekonomi Tiongkok. Perkembangan ekonomi Tiongkok tidak bisa dilepaskan dari sektor bisnis.

*Referent object* yaitu pihak yang akan terancam dari ancaman eksistensial tersebut nantinya apabila dibiarkan atau terlambat untuk ditindak (Buzan, Waever dan Wilde, 1998). Alibaba sebagai aktor sekuritisasi berpotensi terancam. Jack Ma memiliki keinginan atau misi untuk menjadikan Alibaba sebagai bisnis ritel yang bukan hanya terbesar di Tiongkok tetapi juga dominasi ritel diseluruh dunia. Menurut William Forsty manager perlindungan merek unit mobil Jepang, Nissan motor mengatakan bahwa Alibaba apabila ingin bergerak dari raksasa di Tiongkok ke dominasi ritel di seluruh dunia itu membutuhkan membangun kepercayaan dengan konsumen di mana pun. Alibaba telah memiliki banyak pendapatan, tetapi jika Alibaba akan memiliki pasar yang memiliki jejak global, dia perlu menempatkan sistem untuk melindungi merek dagang internasional (Schuman, 2015). Oleh karena itu, Alibaba yang kini bukan hanya menjadi perusahaan *e-commerce* terbesar di Tiongkok tetapi juga di Asia tentu akan merugikan Alibaba jika Alibaba tidak dapat menangani masalah *counterfeit goods* yang terjadi. Keinginan Jack Ma untuk menjadikan Alibaba ritel terbesar di dunia harus didukung dengan membangun kepercayaan konsumen dengan memberantas barang palsu khususnya di situs Alibaba.

Selain itu juga ada pihak lain yang berpotensi terancam selain pihak perusahaan yaitu negara. Negara dimana *counterfeit goods* itu terjadi yaitu Tiongkok. Tiongkok yang dikenal sebagai penghasil barang palsu dalam hal ini juga berpotensi terancam. Negara yang memproduksi barang palsu akan berpotensi terancam dalam bidang ekonomi. Dimana negara penghasil barang palsu akan mendapat kecaman atau ketidakpercayaan dari negara lain khususnya yang memiliki mitra dagang dengan negara tersebut. Perusahaan atau sektor swasta yang bekerjasama dengan negara tersebut akan mengurangi investasi mereka akibatnya terdapat pengurangan investasi asing dan pengurangan ekspor karena reputasi tersebut. Selain itu juga negara kehilangan pendapatan negara dari sumber pembayaran pajak. Warganya tidak akan mendapatkan upah yang tidak layak dan kondisi kesehatan yang tidak terjamin, terlebih pekerjaan yang dilakukan menggunakan bahan yang berbahaya. Oleh karena itu akan menimbulkan masalah sosial yang tinggi bagi negara tersebut.

*Audience* merupakan target yang dituju oleh *speech act* (Buzan, Waever dan Wilde, 1998). Upaya *speech act* yang dilakukan oleh aktor sekuritisasi harus mampu meyakinkan atau diterima *audience* yang ditargetkan. Dan oleh karena itu dapat dijadikan alasan untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menangani masalah tersebut. Pihak-pihak yang perlu diyakinkan dalam masalah *counterfeit goods* terdiri dari pemerintah negara Tiongkok, perusahaan penyedia *platforme-commerce* dan konsumen atau masyarakat. Ketiga pihak itu harus diyakinkan agar semua terlibat dalam proses sekuritisasi dan tidak meninggalkan celah yang kemudian akan menimbulkan sebuah potensi ancaman yang lebih besar akibat adanya *counterfeit goods* tersebut.

### **Langkah-langkah keamanan yang dilakukan oleh Alibaba**

Alibaba sebagai aktor sekuritisasi berhak untuk melakukan berbagai tindakan keamanan. Langkah-langkah keamanan yang dilakukan oleh Alibaba diantaranya yaitu dengan melakukan kerjasama dengan organisasi internasional yaitu bekerjasama dengan *International Anti Counterfeiting Coalition* (IACC). Selain itu juga Alibaba dalam hal ini bekerjasama dengan berbagai perusahaan atau pemilik merek dengan membentuk *Alibaba Anti counterfeiting Alliance* (ACA).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Alibaba dalam menangani masalah *counterfeit goods* yaitu dengan melakukan kerjasama dengan IACC (*International Anti Counterfeiting Coalition*). Kerjasama yang dibentuk oleh Alibaba dengan IACC untuk menangani masalah pemalsuan barang lebih ke penanganan lewat internet. Kerjasama yang dilakukan yaitu

kerjasama dalam bentuk Marketsafe. Original marketsafe dibentuk oleh Alibaba dan IACC pada tahun 2013. IACC MarketSafe adalah kemitraan IACC dengan Taobao Marketplace, diluncurkan pada Mei 2014, untuk menghapus daftar barang palsu secara sepat dan efisien. Kemitraan ini adalah hasil dari MOU yang ditandatangani pada tahun 2013, dan diperbarui pada tahun 2015 yang secara signifikan meningkatkan hubungan kerjasama IACC dengan Alibaba. Kerjasama ini untuk meningkatkan komitmen Alibaba dalam menangani masalah barang palsu khususnya dalam perusahaan Alibaba dalam upaya nya untuk mengatasi masalah pemalsuan (International Anti Counterfeiting Coalition, t.thn.)

Program MarketSafe IACC mengimplementasikan kolaborasi strategis antara IACC dan Alibaba untuk menciptakan aliansi lintas industri untuk memerangi produk palsu secara *online*. Barang palsu dinilai menjadi suatu masalah yang kompleks sehingga dibutuhkan penanganan lebih bukan hanya oleh perusahaan atau industri. Melalui program ini, IACC dan para anggota bekerja untuk mengidentifikasi dan menghapus daftar yang melanggar di *platform* Alibaba melalui prosedur penghapusan yang dipercepat. Sejak peluncuran program, lebih dari 6.800 etalase penjual telah ditutup dan dilarang secara permanen, dan hampir 200.000 daftar produk yang dilanggar telah dihapus (International Anti Counterfeiting coalition, 2016). Melalui program marketsafe yang dilakukan oleh IACC dan Alibaba untuk menangani *counterfeit goods* ini merupakan langkah strategis dalam kerjasama antara organisasi non profit dengan perusahaan untuk menangani masalah pemalsuan barang. Berkat keberhasilannya yang luar biasa, IACC dan Alibaba memperluas kolaborasi mereka untuk menguntungkan baik anggota IACC maupun non-anggota dengan meluncurkan program gratis pada tahun 2017 yang bernama Program Perluasan MarketSafe.

Pada Agustus 2018, kedua program telah berhasil menurunkan lebih dari 393.300 daftar dan lebih dari 13.000 penjual. Alibaba dan IACC bekerja dengan perusahaan besar maupun UKM untuk memastikan bahwa usaha kecil juga memiliki akses ke sumber daya dan bantuan yang diperlukan untuk memerangi pemalsuan. Tidak hanya IACC MarketSafe dan MarkerSafe Expansion menjadi kekuatan penting dalam menindak merchandise palsu, mereka juga memainkan peran fenomenal dalam menyediakan saluran untuk merek, Alibaba dan mitra dari semua sisi, untuk berkomunikasi dan mengembangkan serta menerapkan inovasi , solusi praktis untuk pemalsuan dan pembajakan(Bao, 2018).

Selain bekerjasama dengan *International Anti Counterfeiting Coalition* (IACC) Alibaba juga melakukan upaya lain untuk menangani barang palsu. Upaya yang dilakukan oleh Alibaba yaitu dengan membentuk suatu aliansi dengan para pemilik kepentingan yaitu diantaranya para pemilik merek dari berbagai perusahaan yang disebut dengan *Alibaba Anti counterfeiting Alliance* (AACA). Adapun misi dari AACA adalah bekerjasama untuk menciptakan masyarakat yang sehat untuk perlindungan hak-hak intelektual properti dan memanfaatkan big data dan teknologi anti-pemalsuan terbaru untuk menangani masalah pemalsuan barang (Trademarks & brands online, 2018). Pada Juli 2016, perusahaan meluncurkan upaya bersama dengan otoritas penegak hukum Tiongkok untuk menangkap orang yang diduga menjual chip Kingston dan Samsung palsu di *platform* Taobao Alibaba. Selain itu, pada operasi gabungan yang dilakukan pada bulan April dan Juli 2016 berhasil menangkap 32 tersangka penjual jam tangan Swarovski palsu di Taobao. Dalam operasi tersebut berhasil menyita barang palsu sekitar 125 jam tangan palsu yang bernilai sekitar US \$ 207 juta . Dari perspektif hukum, Alibaba juga mengajukan gugatan pada Januari 2017 terhadap pedagang yang menjual jam tangan Swarovski palsu (Brennan, 2017). Teknologi anti pemalsuan Alibaba memindai sebanyak 10 juta daftar produk setiap hari. Pada agustus 2017, perusahaan Alibaba telah menghapus lebih dari 380 juta daftar produk dan menutup 180.000 toko penjual pihak ketiga. Kerja sama tersebut menghasilkan penutupan sekitar 675 operasi palsu pada tahun yang berakhir Agustus 2017.

## Kesimpulan

Upaya yang dapat dilakukan oleh Alibaba sebagai salah satu perusahaan multinasional dalam menangani *counterfeit goods* asal Tiongkok yaitu melalui tindakan sekuritisasi. Alibaba sebagai salah satu perusahaan transnasional yang berbasis *e-commerce* asal Tiongkok memiliki kekuatan untuk melakukan tindakan sekuritisasi. Tindakan sekuritisasi yang dilakukan oleh Alibaba dimulai dari menyampaikan pernyataan atau *speech act* mengenai *counterfeit goods*. Alibaba sebagai aktor sekuritisasi telah melakukan *speech act* mengenai permasalahan *counterfeit goods*. Alibaba sebagai aktor sekuritisasi berhak untuk mengeluarkan berbagai langkah-langkah keamanan. Tindakan yang dikeluarkan oleh Alibaba yaitu diantaranya dengan melakukan kerjasama dengan *International Anti Counterfeiting Coalition* ( IACC) dan dengan membentuk *Alibaba Anti counterfeiting Alliance*( AACA).

Langkah-langkah keamanan yang dikeluarkan oleh Alibaba sebagai salah satu perusahaan transnasional berbasis *e-commerce* itu penting karena dengan perkembangan *e-commerce* secara global perusahaan dapat menjadi mitra pemerintah dalam menangani masalah *counterfeit goods*. Alibaba sebagai perusahaan transnasional dapat membantu pemerintah Tiongkok dalam penanganan *counterfeit goods* secara *online* yaitu dengan memberikan data mengenai kasus *counterfeit goods* secara *online*. Meskipun Alibaba dapat menjadi aktor sekuritisasi, tetapi kebijakan yang dikeluarkan oleh Alibaba untuk menangani *counterfeit goods* tidak bersifat legal atau mengikat. Negara menjadi aktor yang berhak untuk melakukan penanganan lebih lanjut dengan mengeluarkan kebijakan secara legal dan mengikat.

## Referensi

- 60Minutes, 2014. *Jack Ma brings Alibaba to the U.S.* [Online] Available at: <https://www.cbsnews.com/news/alibaba-chairman-jack-ma-brings-company-to-america/> [Diakses 10 Desember 2018].
- Alibaba Group, 2014. 2014 Counterfeit Report Press Conference. *2014 Counterfeit Report Press Conference*, p. 1.
- Bao, V., 2018. *2018* [Wawancara] (14 September 2018).
- BBC , 2015. *Gucci sues Alibaba over 'counterfeit goods.* [Online] Available at: <https://www.bbc.com/news/technology-32781236>[Diakses 10 Desember 2018].
- Brennan, T., 2017. *Alibaba Launches 'Big Data Anti-Counterfeiting Alliance'.* [Online] Available at: <https://www.alizila.com/alibaba-launches-big-data-anti-counterfeiting-alliance/>[Diakses 10 September 2018].
- Chu, K., 2016. *Alibaba's Jack Ma Talks Tough on Counterfeits.* [Online] Available at: <https://www.wsj.com/articles/alibabas-jack-ma-declares-war-on-counterfeits-1458046771>[Diakses 6 Desember 2018].
- Custer, C., 2016. *Jack Ma lays out Alibaba's brutal new strategy in the war on fake products.* [Online] Available at: <https://www.techinasia.com/jack-ma-lays-alibabas-brutal-strategy-war-fake-counterfeit-goods>[Diakses 7 Desember 2018].

- detikinet, 2015. *Alibaba Dituntut Gara-gara Pasarkan Barang Palsu*. [Online] Available at: <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-2917469/alibaba-dituntut-gara-gara-pasarkan-barang-palsu>[Diakses 10 Desember 2018].
- Global Times, 2018. *China vows to crack down on fake, inferior goods*. [Online] Available at: <http://www.globaltimes.cn/content/1093604.shtml>[Diakses 19 10 2018].
- Horwitz, J., 2017. *In Detroit, Jack Ma called counterfeit goods the “cancer” of Alibaba*. [Online] Available at: <https://qz.com/1010934/in-detroit-jack-ma-called-counterfeit-goods-the-cancer-of-alibaba/>[Diakses 22 September 2018].
- Inaba, R., 2012. *4 Tren yang Harus Diperhatikan Pelaku E-Commerce*. [Online] Available at: <http://tekno.kompas.com/read/2012/03/07/14270272/4.tren.yang.harus.di.perhatikan.pelaku.e-commerce>
- International Anti Counterfeiting coalition, 2016. Alibaba Group and International AntiCounterfeiting Coalition (IACC) Announce IACC MarketSafe® Expansion Program. *Alibaba Group and International AntiCounterfeiting Coalition (IACC) Announce IACC MarketSafe® Expansion Program*, p. 1.
- International Anti Counterfeiting Coalition, t.thn. *about online counterfeiting*. [Online] Available at: <https://www.iacc.org/online-initiatives/about>[Diakses 10 September 2018].
- Lee, M., 2016. *China's Nearly 700 Million Internet Users Are Hot For Online Finance*. [Online] Available at: <https://www.forbes.com/sites/melanieleest/2016/01/25/chinas-nearly-700-million-internet-users-are-hot-for-online-finance/#691176875ebc>[Diakses 6 Desember 2018].
- Mailanto, A., 2014. *Alibaba Perangi Barang Palsu Kerahkan 7400 Orang*. [Online] Available at: <https://autotekno.sindonews.com/read/943526/133/alibaba-perangi-barang-palsu-kerahkan-7400-orang-1419842012>[Diakses 4 Desember 2017].
- Mandell, P., 2016. *They're not faking it: China needs cooperation to combat counterfeiting*. [Online] Available at: <https://www.trademarksandbrandsonline.com/article/they-re-not-faking-it-china-needs-cooperation-to-combat-counterfeiting>[Diakses 10 Desember 2018].
- N. Mark Lam, J. L. G., 2007. China Now. Dalam: *China Now*. Jakarta: Gramedia, p. 109.
- Panji, A., 2015. *Industri E-commerce China Dihantui Produk Palsu*. [Online] Available at: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151103174137-185-89230/industri-e-commerce-china-dihantui-produk-palsu/>
- Schuman, M., 2015. *Why Alibaba's Massive Counterfeit Problem Will Never Be Solved*. [Online] Available at: <https://www.forbes.com/sites/michaelschuman/2015/11/04/alibaba-and-the-40000-thieves/#20e6c6af29dc>[Diakses 26 November 2018].
- Trademarks & brands online, 2018. *Alibaba anti-counterfeiting alliance triples in size*. [Online] Available at: <https://www.trademarksandbrandsonline.com/news/alibaba-anti-counterfeiting-alliance-triples-in-size-5231>[Diakses 12 September 2018].