

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pembangunan bidang ekonomi sebagai salah satu dari bagian pembangunan nasional yang dilaksanakan dengan beberapa tahapan oleh negara Indonesia untuk memajukan kesejahteraan umum. Hal ini merupakan salah satu dari tujuan nasional yang tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada alinea IV. Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi sangat mempengaruhi pembangunan di bidang ekonomi. Menurut Darmawan mengatakan bahwa Perkembangan tersebut telah mendorong terjadinya revolusi industri yang melahirkan berbagai jenis ekonomi kreatif yang tidak saja dalam bentuk berwujud melainkan juga dalam bentuk tidak berwujud (*intangible*) (Dharmawan, 2018).

Industri yang mengalami perkembangan saat ini di beberapa bidang produksi tidak diikuti penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual. Berbagai temuan bidang teknologi dan industri dilahirkan dari hasil kemampuan intelektual manusia. Seperti pada penelitiannya Arifin dan Iqbal yang mengatakan tanda pembeda antara produk jasa atau barang yang diproduksi produsen juga sebagai hasil intelektual manusia, dengan demikian mempermudah konsumen untuk membedakan setiap jasa atau barang yang diproduksi (Arifin & Iqbal, 2020). Saat ini terjadi krisis ekonomi yang berkepanjangan menjadikan banyak produsen mengambil tindakan alternatif melalui penggabungan barang dengan merek asli

dicampur produk bajakan atau palsu, karena produk palsu apabila dilihat sekilas secara fisik mirip dengan produk atau barang asli.

Pada prinsipnya terkait Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan hasil pemikiran, desain maupun kreasi seseorang yang kemudian oleh hukum mendapatkan pengakuan dan diberikan hak atas kebendaan sehingga hasil pemikiran, desain dan kreasi tersebut dapat diperjualbelikan. Dengan demikian, seseorang yang mempunyai hak kekayaan intelektual akan memperoleh pembayaran dari orang lain yang menggunakan dan memanfaatkan hak kekayaan intelektual tersebut. Saat membahas tentang Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), maka perlindungan terhadap merek sangat penting yang bertujuan menjaga hasil pemikiran dan kreasi seseorang (P. Jamba, 2015).

Berbagai alasan dari bermacam industri memanfaatkan merek terkenal untuk produk-produknya, hal tersebut bertujuan supaya memudahkan dalam penjualan, kemudian merek yang dijual tidak lagi harus diurus nomor pendaftaran ke Dirjen HaKI atau membayarkan biaya pendaftaran merek sampai jutaan rupiah untuk membangun *brand image* (citra produknya). Bagi produsen produk tertentu tidak butuh repot membuat dan mengelola divisi riset dan unit pengembangan dengan tujuan menghasilkan produk yang selalu *up to date*, hal ini disebabkan produsen hanya tinggal meniru produk produsen lain dan untuk teknik pemasaran produk secara umum ada pihak “bandar” yang sudah siap menerima produk tiruan tersebut (Semaun, 2016).

Pemanfaatan merek terkenal secara ekonomi mendatangkan keuntungan cukup besar dan hal tersebut dapat dibuktikan dengan fakta di lapangan,

selanjutnya didukung juga oleh konsumen yang ingin tampil trendi namun hanya memiliki daya beli pas-pasan. Terdapat berbagai macam cara supaya kebutuhan gaya hidup bisa terpenuhi. Seperti melakukan pembelian terhadap barang atau produk bermerek. Barang atau produk dengan merek terkenal tentu saja tinggi harganya. Oleh karena itu, konsumen akan memilih alternatif jalan pintas dengan membeli barang atau produk bermerk namun tiruan supaya tetap kelihatan bergaya (Zaeni, 2012).

Hak atas merek merupakan hak *exclusive* (bersifat khusus) yang diberi oleh negara kepada pemiliknya untuk digunakan sendiri merek tersebut atau mengizinkan orang lain untuk memakainya. Hak khusus yang diberikan negara tersebut, memiliki konsekuensi ketika akan memperolehnya harus melalui prosedur pendaftaran, dengan demikian sifat pendaftaran adalah wajib (*compulsory*). Supaya hak merek memperoleh pengakuan dan perlindungan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Apabila merek tertentu tidak didaftarkan, sehingga merek tersebut tidak akan dilindungi negara. Selanjutnya akan berdampak pada merek tersebut bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh setiap orang ataupun pihak yang berkepentingan (N. Salsabilla Latukau, et all, 2021).

Strategi bisnis saat ini bukan hanya menyelesaikan permasalahan mengenai bagaimana pemasaran produk jasa atau barang tertentu dengan baik atau menentukan kualitas dengan standar yang tepat, namun juga bagaimana jasa atau merek tertentu bisa diproteksi dari tekanan kompetitor. Dengan demikian kompetisi dalam bisnis bukan hanya menentukan cara merebut konsumen, namun

juga melakukan kompetisi untuk segera melakukan pengajuan pendaftaran merek terhadap merek jasa atau produk barang. Pemilihan nama yang menarik untuk pendaftaran merek akan memudahkan untuk diingat dan dikenal sehingga dapat diminati para produsen supaya jasa/produk barang tersebut mudah dikenali dan diingat konsumen.

Perkembangan merek saat ini sangat pesat merupakan salah satu isu internasional. Bahkan, pembicaraan secara terus-menerus terjadi di masyarakat terhadap merek tertentu, baik pembicaraan tingkat nasional ataupun internasional. Pelanggaran merek saat ini masih terus terjadi. Dengan demikian, sebagai produsen maupun konsumen harus harus menyadari merek sebagai kreasi olah pikir manusia yang perlu diberikan perlindungan hukum. Perkembangan dunia bisnis terkait persoalan merek sebenarnya harus diperhatikan secara serius oleh pemerintah dalam pemberian perlindungan hukum. Wujud perlindungan hukum dari pemerintah salah satunya yaitu pengaturan regulasi yang memadai mengenai merek. Wujud lainnya dalam perlindungan hukum bisa didapatkan dalam proses penegakan hukum.

Pemalsuan merek dinilai melanggar hak asasi pencipta, hal ini sudah tertuang dalam Deklarasi Universal HAM pasal 27 yaitu, *“everyone has the right to the protection of the moral and material interests resulting from any scientific, literary or artistic production of which he is the author”* (Semua orang berhak memperoleh hak proteksi material dan moral bagi hasil dari hasil ciptaanya, karena mereka sebagai penciptanya).

Merek dalam undang-undang khusus telah diatur oleh Pemerintah di Indonesia. Mengenai perdagangan barang maupun produk palsu atau yang dinamakan barang tiruan atau barang "KW", Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terutama pada Pasal 90 dan Pasal 91 Pasal 94 yang mengatur tindak pidana terkait merek yaitu pada Pasal 90 menyebutkan bahwa “Barangsiapa tanpa hak dan sengaja menggunakan Merek yang sama secara menyeluruh terhadap Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, ancaman pidana penjara maksimal lima tahun dan/atau denda maksimal Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Pada Pasal 91 mengatakan bahwa “Barangsiapa tanpa hak dan sengaja memakai Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, ancaman pidana penjara maksimal empat tahun dan/atau denda maksimal Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah)”. Kasus perdagangan barang bermerek palsu dan bajakan di Indonesia semakin marak. Indonesia bahkan dinilai salah satu negara dengan pelanggaran hak cipta paling banyak oleh Departemen Perdagangan Amerika Serikat. Tas bermerek palsu sangat mudah masuk ke dalam pusat perbelanjaan besar. Pusat perdagangan merek palsu di Jakarta yang berada di Glodok dan Mangga Dua.

Hutagalung dan Maru berpendapat bahwa kebutuhan terhadap perlindungan hukum atas Merek semakin berkembang pesat karena banyak pihak mendompleng kepopuleran pihak pemilik Merk asli, sebab Merek yang familiar di masyarakat

dapat laku di pasaran dengan cepat, dengan demikian laba cukup besar dapat didapatkan secara singkat. Hal tersebut dianggap melakukan pelanggaran terhadap norma kesusilaan, tidak beretika dalam berbisnis, bahkan terasuk pelanggaran hukum (Hutagalung & Maru, 2012). Tindakan memakai Merek atau lambang seperti itu ialah *unfair competition* (persaingan tidak sehat).

*Trade Related Intellectual Properties* (TRIPs) menyebutkan, “negara anggota wajib menjalankan ketentuan berkaitan pemakaian merek sebagai upaya melindungi konsumen yang menjadi korban merek tiruan”. Seperti kasus Nike di Indonesia, Mahkamah Agung Republik Indonesia mengemukakan pendapat, tanpa izin memakai merek terkenal dalam lingkup internasional dinyatakan mengelabui konsumen, seolah-olah barang yang dipalsukan mereknya mirip dengan barang aslinya, padahal barang tiruan tersebut berkualitas rendah dari pada barang yang asli. Selanjutnya, dalam aturan dicantumkan dalam “*General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT)” terdapat persyaratan mencantumkan parameter terhadap asal barang impor yang bertujuan sebagai perlindungan konsumen.

Hambatan dalam berinvestasi maupun perdagangan salah satunya adalah pemalsuan atas merek, oleh karena itu komitmen yang harus dipenuhi adalah penegakan hukum terhadap penggunaan merek setelah Negara Indonesia masuk sebagai anggota WTO. Sedangkan Hak Merek sebagai faktor utama terciptanya sistem perdagangan secara *fair*. Penggunaan merek dalam aktivitas perdagangan jasa maupun barang, dan sebagai pembeda dalam pemakaian jasa maupun barang sejenis antar produsen, supaya cara berbisnis tidak merugikan konsumen dan mengikuti ketentuan perlindungan konsumen untuk bisa dipatuhi.

Berbagai merek palsu yang digunakan selalu mengikuti konsumen atau pengguna karena sudah ditargetkan sebagai market penjualan. Semakin menjamurnya jumlah pengguna berbagai merek palsu atau tiruan diikuti *trend mode* di masyarakat. Hal tersebut terkait budaya hukum masyarakat tidak sadar terhadap perbuatan penggunaan merek palsu termasuk perbuatan yang salah. Regulasi dan aturan mengenai pengguna merek-merek palsu tidak diimplementasikan secara serius sebagai penyebab masyarakat tidak merasa bersalah ketika menggunakan bermacam produk dari merek yang melanggar hak kekayaan intelektual.

Melihat pada masalah yang terjadi pada Merek dagang yang ada di Indonesia yang sering terjadi pemalsuan Merek Dagang sehingga pemilik merek dagang dapat dirugikan secara finansial sehingga perlu adanya tindakan hukum tegas terhadap pelaku pemalsuan tersebut maka akan menimbulkan efek jera bagi siapapun yang ingin melakukan pemalsuan terhadap merek tersebut. Sesuai penjabaran di atas, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian berjudul: **“ANALISIS YURIDIS PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK DAGANG DI INDONESIA”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan berikut ini :

1. Pemalsuan merek dagang sebagai salah satu pelanggaran hak cipta.
2. Pemalsuan merek dagang akan merugikan konsumen.

3. Pemalsuan merek dagang akan merugikan pemilik merek dagang yang sudah didaftarkan di Haki.
4. Merek dagang yang dipalsukan akan memicu pada persaingan bisnis yang tidak sehat.

### **1.3. Batasan Masalah**

Adapun batasan-batasan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis yuridis yang digunakan yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
2. Penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang akan diselesaikan berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana analisis yuridis penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek ?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa pemalsuan merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini dapat diketahui yaitu untuk :

1. Mengkaji dan mengetahui analisis yuridis penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.
2. Mengkaji dan mengetahui penyelesaian sengketa pemalsuan merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Diharapkan penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan pemikiran, wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang hukum.
3. Sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian berikutnya, khususnya tentang penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang di Indonesia.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Mahasiswa, diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan informasi dan menambah pengetahuan mengenai penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang di Indonesia.
2. Bagi peneliti dan pembaca, diharapkan hasil penelitian ini memberikan bekal pengalaman dan pengetahuan sehingga dapat memberi pemahaman lebih luas dalam kehidupan.

3. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi mengenai penegakan hukum terhadap pemalsuan merek dagang di Indonesia.