

Received : February 01, 2021
Accepted : February 05, 2021
Published : February 24, 2021

**Conference on Management, Business,
Innovation, Education and Social Science**
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combrates>

Analisis Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pelanggaran Hak Merek Di Indonesia

Trifena Pang¹, Oshin Maretha Napitupulu², Ayen Sephia Dhan³, Hari Sutra Disemadi⁴

Email correspondence: 2051023.ayen@uib.edu

¹⁻⁴Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstrak

Pelanggaran terhadap merek sering terjadi di tengah masyarakat, hal ini juga menjadi penyebab timbulnya korban akibat penggunaan merek tiruan. Kerugian tidak hanya akan dialami oleh konsumen melainkan juga produsen sebagai pemegang hak merek akan merasa sangat dirugikan atas kejahatan pelanggaran merk. Dalam tulisan ini penulis bertujuan untuk menganalisis bagaimana perlindungan merek dagang di Indonesia, bentuk pelanggaran merek dagang dan faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap penegakan merek. Penelitian ini menggunakan metode yuridis sosiologis dengan bersumberkan dari data-data primer yaitu UU tentang Merek, dan data-data sekunder lainnya termasuk buku yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek, artikel, jurnal dan lain sebagainya yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan ini. Pengaturan tentang pelanggaran terhadap merek sangat amat penting untuk ditegakkan di dunia perdagangan sebagai upaya yang diharapkan dapat efektif mencegah atau bahkan menghapuskan pelanggaran lainnya terhadap merek.

Kata Kunci:

Pandemi COVID-19, Pelayanan Publik, Efektivitas

Pendahuluan

Undang-Undang 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek & IG) dijelaskan bahwa merek adalah "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hu[m] dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa". Merek juga dijelaskan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan dari negara kepada pemilik merek yang sudah didaftarkan baik merek itu digunakan sendiri maupun diberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Bafadhal, 2018; Masnun, 2019). Merek berfungsi untuk memberikan perbedaan barang dari barang produk dari perusahaan lainnya yang sejenis. Merek tidak bisa

didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur berikut: 1) Bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku, seperti moralitas agama, kesusilaan, ataupun ketertiban umum; 2) Tidak adanya perbedaan dengan produk lain; dan 3) Sudah menjadi milik umum (Firmansyah, 2011).

Permasalahan tentang merek sering terjadi karena ketidakjujuran para pelaku usaha dalam persaingan perdagangan (Cakrawibawa, & Roisah 2019; Sari, 2014). Takut akan kerugian menjadi penyebab utama para pelaku usaha untuk melakukan pelanggaran hukum. Mereka seringkali tidak menghiraukan aturan hukum yang ada. Adapun beberapa praktek pelanggaran merek yang sering terjadi adalah: 1) Pelaku usaha meniru merek dagang yang terkenal yang sudah memiliki pasar dan dikenal banyak orang. Pelaku usaha akan membuat produk sedemikian sama dengan produk asli sehingga masyarakat akan lebih memilih produk buatan mereka karena biasanya akan dijual dengan harga yang lebih murah; 2) Pelaku usaha membuat produk yang serupa dan menjualnya dengan harga yang serupa pula; 3) Pelaku usaha memberikan keterangan yang tidak benar terkait merek dagang ia maksudkan untuk menjatuhkan suatu produk (Shaleh & Trisnabilah, 2020).

WTO merupakan organisasi perdagangan dunia yang memuat tentang perlindungan Kekayaan Intelektual yang dimuat kedalam *Trade Related Intellectual Property Rights* (TRIPs). TRIPs merupakan perjanjian internasional yang mengatur tentang peraturan perdagangan antar negara-negara. Indonesia memiliki konsekuensi yaitu harus menegakkan hukum terhadap kekayaan intelektual sebagai suatu komitmen karena telah ikut menyetujui pembentukan WTO. Perjanjian itu dimuat dalam Undang-Undang No. 07 Tahun 1994 tentang Pembentukan WTO. Adapun keuntungan dari menjadi anggota WTO adalah negara anggota dapat dengan mudah mengeksport barang dan jasa dengan tarif yang lebih murah dari biasanya. Dengan semakin luasnya pasar Indonesia karena kerjasama perdagangan internasional, namun juga memberikan resiko peningkatan penyebaran barang-barang palsu yang akan jauh lebih mudah terjadi karena faktor biaya produksi yang rendah, pekerja dan bahan baku yang banyak. Di Indonesia sangat banyak ditemui barang-barang palsu atau KW, barang-barang tersebut hasil dari pelaku yang memalsukan merek atau bahkan memalsukan barang yang menyerupai merek terkenal (Disemadi, & Mustamin, 2020). Jenis-jenis barang yang sering dipalsukan adalah alat elektronik, alat rumah tangga dan sparepart otomotif. Dalam hal ini peran Direktorat Bea dan Cukai memiliki peran yang sangat penting untuk selalu melakukan pengawasan terhadap barang-barang yang masuk ke Indonesia dan menghentikan kegiatan ekspor impor terhadap temuan produk yang melanggar ketentuan hukum Indonesia (Kadir, 2001).

Jika seorang pemegang hak memiliki alasan untuk mencurigai adanya produk impor yang terindikasi memiliki kemiripan dengan produknya maka ia berhak untuk mengajukan permohonan kepada Otoritas Pabean untuk melakukan pemeriksaan dan menunda proses pengiriman jika terbukti melanggar peraturan pabean yang diberlakukan di Indonesia (Semaun, 2016). Dalam sistem perdagangan bebas, pelanggaran terhadap kekayaan intelektual sangat berkaitan dengan sistem keamanan negara. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang perlindungan merek di Indonesia dan upaya hukum perlindungan terhadap hak merek. Penelitian ini juga akan menjelaskan beberapa bentuk pelanggaran dan faktor yang menghambat pelaksanaan perlindungan hukum di Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Pengaturan merek di Indonesia di atur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis (UU Merek & IG). Penjelasan UU ini menyebutkan bahwa pengaturan ini timbul karena adanya "Pengaruh globalisasi di segala bidang kehidupan masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat. Di samping itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan sarana transportasi, telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kecenderungan akan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Dengan memperhatikan kenyataan dan kecenderungan seperti itu, menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat. Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangannya pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia. Mengingat akan kenyataan tersebut, Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting".

Pasal 1 angka 1 UU Merek & IG mendefinisikan Merek adalah "tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa". Pasal 1 ini membagi merek menjadi 2 yaitu merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 angka 2 UU Merek & IG mendefinisikan "Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya" dan Pasal 1 angka 3 UU ini mendefinisikan "Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya".

Metodologi Penelitian

Penelitian hukum ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, dengan menekankan pada data sekunder (data yang diperoleh secara tidak langsung). Data sekunder ini di peroleh melalui studi kepustakaan dan membaginya ke dalam bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan yang terkait dengan fokus penelitian saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Upaya Hukum Perlindungan Hak Merek di Indonesia

Merek adalah bagian dari kekayaan intelektual yang dilindungi dalam UU No 15/2001 tentang Merek. Peranan merk menjadi sangat penting dalam menjaga persaingan usaha dan peningkatan layanan bagi konsumen. Merek hanya dapat didaftarkan kan dengan itikad baik yaitu tidak dicampuri dengan ciri-ciri yang mirip dari produk lainnya atau bahkan berniat memalsukan kemasan bungkusnya. pendaftaran dengan itikad baik merupakan salah satu upaya untuk melindungi merek dagang yang sudah terkenal. Lebih lanjut bahwa Undang-Undang merek telah berupaya untuk memberikan perlindungan terhadap pemegang hak. Di

Indonesia sendiri menggunakan sistem *first to file* yang menegaskan bahwa orang pertama yang mendaftarkan merek tersebut maka ia lah yang berhak menjadi pemegang hak.

Perlindungan merek didasarkan pada pertimbangan untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada pemegang hak. Adapun upaya-upaya yang dapat dilakukan adalah:

1. Upaya Preventif

Upaya ini dilakukan sebagai tindakan pencegahan untuk menguramgi terjadinya pelanggaran merek yang difokuskan pada pengawasan pemakaian merek. Dalam Pasal 5 Undang-Undang Merek juga dijelaskan bahwa suatu merek tidak bisa didaftarkan jika mengandung unsur yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, ketertiban umum, tidak memiliki pembeda dengan produk lain, dan telah menjadi milik umum.

2. Upaya Represif

Upaya ini dilakukan untuk menyelesaikan suatu kasus yang telah terjadi. Upah ini diberikan apabila terjadi pelanggaran hak atas merek meskipun pemegang hak belum terdaftar tetap saja mendapatkan pengecualian perlindungan hukum atas pelanggaran hak merek. Dalam Pasal 76 Ayat 1 Undang-Undang Merek dijelaskan bahwa diberikannya hak kepada pemegang merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang menggunakan merek barang atau jasa miliknya yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan saja

Beberapa prinsip penting yang berhubungan dengan merek di Indonesia adalah (Adolf, 2006): 1) Merek merupakan suatu tanda yang memberikan perbedaan pada produk jasa ataupun barang yang mempunyai jenis sama. Pada penentuan perbedaan tersebut Undang-Undang Merek hanya memakai patokan terhadap unsur tradisional yakni nama gambar angka huruf atau campuran di antara semua unsur-unsur tersebut; 2) Perlindungan terhadap merek yang diperuntukkan didasarkan pada permohonan yang dalam kata lainnya mendaftarkan merek adalah persyaratan utama untuk bisa mendapatkan fasilitas perlindungan terhadap merek yang telah didaftarkan; 3) Seseorang yang melakukan pengajuan merek tidak dibatasi di mana badan hukum atau kumpulan orang juga bisa melakukan pendaftaran pengajuan merek; 4) Jangka waktu perlindungan merek bisa dilakukan secara terus-menerus dan diperpanjang dengan catatan pemegang hak merek member panjangnya dua bulan sebelum jatuh masa berakhirnya merek tersebut; 5) Agar bisa melakukan percepatan saat menyelesaikan sengketa pelanggaran merek, putusan dari pengadilan niaga bisa dilakukan kasasi; dan 6) Undang-undang tentang merek berdasarkan adanya tuntutan pidana yang sesuai dengan delik aduan dengan prinsip tersebut pemegang hak merek yang sah jika merasa dirugikan maka harus melakukan pelaporan dahulu mengenai pelanggaran yang terjadi sebelum meminta penyidik untuk memprosesuntutannya.

Mengenai berbagai peraturan yang mempunyai keterkaitan pada merek tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Nasional tetapi juga dalam peraturan yang berlaku secara Internasional, hal tersebut menjadi bukti bahwa begitu penting Kekayaan Intelektual agar selalu dapat dihargai dan mendapat perlindungan hukum. Beberapa peraturan yang mengatur tentang merek di Indonesia:

1. UU No 20/2016 menjelaskan keterkaitan peraturan pada Merek.
2. PP RI No 22/2018 mengenai Pendaftaran Merek secara Internasional.

3. PP RI No 90/2019 Mengenai Komisi Banding Merek.
4. PP RI No 24/1993 mengenai Kelas Produk Untuk Pendaftaran Merek.
5. PP RI No 28/2009 mengenai Jenis dan Tarif Untuk Penerimaan Negara tidak Merupakan Pajak yang Diberlakukan di Kemenkumham.
6. PP RI No 67/2016 mengenai Pendaftaran Merek.
7. Keputusan Dirjen HKI No HKI-02.KI.06.01/17 mengenai Ketetapan Format pada Formulir Permohonan Pendaftaran Merek.

Tetapi peraturan yang terdapat selama ini belum maksimal melakukan perlindungan terhadap pelanggaran merek karena tidak adanya peraturan mengenai sanksi hukum yang diberikan terhadap masyarakat yang melakukan pelanggaran sehingga tidak memberikan efek jera (Falarungi, Thalib & Pasamai, 2020). Sangat dibutuhkan adanya pembaruan yang lebih baik dan lebih lengkap terhadap peraturan-peraturan tentang pelanggaran hak merek.

Faktor yang Menghambat Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Merek

Ada beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan penegakan hukum terhadap pelanggaran hak merek di Indonesia, antara lain:

1. Kurangnya informasi kepada konsumen tentang permohonan pendaftaran merek. Dimana biasanya pengumuman pendaftaran merek memerlukan waktu 3 bulan. Dan kesulitan lainnya adalah bahwa pelaku usaha sulit untuk menentukan tenggang waktu keberlakuan hak merek dari produknya. Sehingga menyebabkan para pelaku usaha yang ingin mendaftarkan mereknya terkejut karena merek yang akan didaftarkan sudah didaftarkan oleh pihak lain (Dirdjosisworo, 2006);
2. Kesulitan pemegang hak untuk menemukan pelaku pelanggaran hak merek dikarenakan produk yang diperjualbelikan di pasaran tidak mencantumkan identitas dari produsennya (Balqis, & Santosob 2020);
3. Kurang maksimalnya kinerja para komisi banding merek dalam menangani kasus-kasus yang ada (Dirdjosisworo, 2006);
4. Kelemahan dari para aparat direktorat jenderal merek yang terkadang menerima pendaftaran produk dengan merek yang sudah ada (Dirdjosisworo, 2006); dan
5. Adanya gugatan dari pemegang hak merek dianggap sebagai reputasi yang buruk karena produknya sedang bermasalah dan pada akhirnya akan mengurangi daya tarik konsumen.

Kesimpulan

Adapun yang menjadi kesimpulan penulis adalah, faktor yang mempengaruhi pelaksanaan perlindungan hukum pemegang hak atas merek adalah minimnya informasi tentang pendaftaran merek dan kinerja anggota komisi banding merek yang belum optimal, dan UU Merek dan IG sudah cukup memberikan perlindungan hukum kepada pemegang hak merek. namun untuk upaya memberikan kepastian hukum dapat melakukan upaya preventif supaya mencegah terjadinya pelanggaran merek dan upaya represif jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata maupun pidana.

Daftar Pustaka

Adolf, H. *Hukum Perdagangan Internasional*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Bafadhal, T. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia. *Undang: Jurnal Hukum, 1*(1), 21-41.
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2*(2), 205-221.
- Cakrawibawa, R. A., & Roisah, K. (2019). The Consumer Protection Issues Toward the Trademark Circulation of The Counterfeit Health Products. *Law Reform, 15*(1), 1-11.
- Dirdjosisworo, S. (2006). *Pengantar Hukum Dagang Internasional*, Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek Dalam Tatahan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH), 6*(1), 83-94.
- Falarungi, W., Thalib, H., & Pasamai, S. (2020). Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu Di Pasar Senteral Kota Makassar. *Journal of Lex Philosophy (JLP), 1*(2), 151-162.
- Firmansyah, H. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek. Cetakan I*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Kadir, M.A. (2001). *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bahkti.
- Masnun, M. A. (2019). Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Hak Atas Merek Kolektif. *Jurnal Wawasan Yuridika, 3*(2), 217-234.
- Sari, M. Y. A. R. (2014). Passing Off Dalam Pendaftaran Merek. *Jurnal Yudisial, 7*(3), 255-272.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum, 14*(1), 108-124.
- Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini. *Journal of Judicial Review, 22*(2), 291-300.