

## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK MEREK TERDAFTAR TERHADAP PELANGGARAN MEREK

Oleh : Meli Hertati Gultom

### Abstrak

Di dalam era pembangunan yang sejalan dengan konvensi-konvensi internasional bahwa peranan merek menjadi sangat penting dalam menjaga persaingan usaha dan harus disesuaikan dengan peraturan merek yang berlaku. Dalam Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001, disebutkan pertimbangan bahwa hukum merek harus disesuaikan dengan perjanjian Trade Related Aspect of Intellectual Property Right. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 merupakan perubahan dari Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997, diharapkan dapat memberikan perlindungan terhadap pemegang hak merek barang terdaftar dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap merek barang terdaftar sebagai usaha persaingan yang tidak jujur seperti peniruan, pemalsuan, atau pemakaian merek tanpa hak terhadap merek-merek tertentu. Keadaan seperti ini tentu saja merugikan pemilik merek, tetapi juga akan merugikan para konsumen.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa setiap prinsip-prinsip yang dilaksanakan tersebut tergantung kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkaitan dengan kenyataan yang ada dilapangan. Bahwa dalam beberapa tahun belakangan ini banyak sekali terjadi pelanggaran terhadap hak merek. Pelanggaran hak merek itu mulai meningkat di Indonesia sejak kebijakan pasar bebas yang dicanangkan pemerintah Indonesia, dimana Investor Asing diberikan kesempatan untuk menanam modalnya di Indonesia. Untuk melindungi para pengusaha ataupun pemegang hak merek dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar, maka perlu diberikan perlindungan hukum terhadap hak merek barang terdaftar.

**Kata kunci :** perlindungan hukum, pemegang hak merek dan pelanggaran merek

### 1. Pendahuluan

#### 1.1. Latar Belakang

Dalam dekade terakhir ini, perkembangan ilmu dan teknologi yang demikian pesat membawa dampak dalam tatanan kehidupan masyarakat serta dampak yang signifikan terhadap aktifitas ekonomi baik dalam skala nasional maupun internasional. Selain itu perkembangan ilmu dan teknologi juga bermanfaat dalam rangka meningkatkan taraf hidup dari masyarakat serta pembangunan nasional yang pada hakekatnya merupakan pembangunan manusia seutuhnya dan seluruh masyarakat Indonesia.

Pesatnya perkembangan ilmu teknologi ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan dunia industri dan perdagangan. Hal ini dapat kita lihat dengan semakin ketatnya arena persaingan dalam dunia industri maupun perdagangan baik secara nasional maupun internasional. Dalam dunia perdagangan saat ini sering sekali terjadi perebutan pasar yang tidak sehat, tidak simpatik, bahkan kadang tidak mengindahkan nilai-nilai etis dalam perdagangan. Apabila tidak diimbangi dengan masalah kepastian, perlindungan serta penegakan hukum maka pembangunan nasional yang dicita-citakan tidak akan dapat tercapai, malah semakin mengakibatkan ekonomi Negara semakin merosot.

Merek sebagai salah satu wujud dari karya intelektual, memiliki peran yang penting dalam melancarkan dan meningkatkan perdagangan barang atau jasa di Indonesia. Juga dalam rangka pelaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Merek juga merupakan suatu alat yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Dengan maksud untuk menunjukkan ciri dan asal usulnya (*Indication of Origin*) suatu barang atau jasa yang sekaligus menjadi pembeda bagi barang-barang dan jasa-jasa yang lain. Selain dari itu pemberian merek dapat menunjukkan kualitas dari barang dan jasa. Tetapi dalam prakteknya ataupun dalam kenyataannya tidak jarang terjadi perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar sehingga bentuk usaha persaingan yang tidak jujur, pemalsuan atau pemakaian merek tanpa hak terhadap merek-merek tertentu.

Adanya iklim perekonomian khususnya perdagangan yang berkembang dengan pesat dan diikuti dengan teknologi dan komunikasi yang semakin maju dan mendominasi membuat setiap orang khususnya yang terkadang tidak lagi mengindahkan nilai etis dan norma hukum yang ada pada praktek perdagangan. Di dalam dunia usaha banyak terjadi pemakaian merek tanpa hak terutama merek yang terkenal dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan secara sengaja oleh pihak yang bertanggung jawab.

Jika aparat-aparat penegak hukum membiarkan terjadinya pembajakan merek-merek yang telah dikenal oleh masyarakat, sebagai merek yang digunakan untuk produk barang dan jasa yang bermutu baik, telah memiliki reputasi atau mungkin telah begitu terkenal, hal itu jelas akan mengecewakan para pengusaha yang telah berupaya dengan sungguh-sungguh secara jujur menggunakan merek untuk usahanya. Adanya pembajakan itu, jelas akan merugikan tidak hanya pengusaha yang memiliki atau memegang hak atas merek tersebut tetapi juga masyarakat konsumen. Pengusaha akan kecewa dan dirugikan apabila mereknya yang telah dibangun, dipromosikan dan dikembangkan dengan biaya yang banyak, bahkan pengusaha itu mampu menjaga kualitas dan reputasi usahanya sehingga dikenal luas oleh masyarakat.

Dilihat dari perkembangan HaKI di tanah air, system hukum Intellectual Property Rights (IPR) merupakan hak pribadi (privat) yang melekat pada seseorang sebagai hasil olah pikir, pertama kali diterjemahkan menjadi "Hak Milik Intelektual", kemudian menjadi "Hak Milik Atas Kekayaan Intelektual".

Hak Kekayaan Intelektual merupakan suatu hak alamiah atau hak dasar yang dimiliki seseorang berkaitan dengan intelektual (akal atau rasio) manusia. Hak alamiah atau dasar yang dimiliki oleh manusia ini harus dihormati dan dihargai oleh setiap manusia lain. Seseorang yang telah mencurahkan usahanya untuk menciptakan sesuatu selanjutnya mempunyai hak alamiah atau dasar untuk memiliki dan mengontrol segala yang telah diciptakannya.

Hak milik Intelektual terdiri dari dua bagian besar :

1. Hak Cipta; (Undang-undang No. 14 Tahun 2001)
2. Hak Milik Perindustrian yang terdiri dari :
  - a. Paten (Undang-undang No. 19 Tahun 2002)
  - b. Merek (symbol/nama dagang barang/jasa) (Undang-undang No. 15 Tahun 2001)
  - c. Perlindungan Varietas Tanaman (PVT)

- d. Rahasia Dagang (Informasi Rahasia yang memiliki nilai ekonomi)(Undang-undang No. 30 Tahun 2000)
- e. Desain Industri (desain penampilan produk) (Undang-undang nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri)
- f. Desain Tata letak Sirkuit Terpadu (*Integrated Circuit*) (Undang-undang Nomor 32 Tahun 2000)

Karya-karya Intelektual manusia tersebut memiliki ekonomi yang sangat tinggi, sehingga perlindungan hukum terhadapnya mutlak diperlukan. Apalagi, Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada si pencipta atau investor untuk memanfaatkan segala nilai-nilai ekonomi yang terkandung di dalamnya dan melarang pihak-pihak lain untuk menikmatinya, kecuali dengan izin dari si pencipta/investor.

Oleh karena itu peranan merek sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, untuk mencegah terjadinya perbuatan melawan hukum seperti peniruan, pemalsuan, atau pemakaian merek tanpa hak terhadap merek-merek terdaftar maka perlu dilakukan pengawasan dan perlindungan.

Lahirnya Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 yang merupakan perubahan dari Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 diharapkan dapat memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek barang terdaftar dari perbuatan-perbuatan hukum. Merek sebagai salah satu wujud dari karya intelektual, memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan jasa. Dalam Pasal 1 butir (1) Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Dalam era perdagangan bebas, hak merek merupakan factor yang sangat penting dalam menciptakan system perdagangan yang fair. Merek digunakan untuk membedakan barang atau jasa sejenis, dari produksi satu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya dengan demikian merek adalah tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya, yang menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang atau jasa hasil usahanya pada waktu diperdagangkan. Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas dan pemakaiannya. Baik pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasar. Pihak konsumen, merek dilakukan untuk memberikan pilihan barang dan jasa yang diperlukan berdasarkan prioritas kebutuhannya. Pemberian merek juga akan menunjukkan kualitas (mutu) barang dan jasa tersebut dan juga berusaha untuk mencegah terjadinya peniruan. Merek memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal ini tidak saja berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu bagi barang dan jasa konsumen. Merek juga dapat menjadi sarana promosi dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan.

Merek mempunyai peranan dan fungsi penting dalam ekonomi. Merek yang terkenal mempertahankan barangnya dan merupakan suatu generasi bagi masyarakat.

Sebagai konsepsi dasar maka dapat dikemukakan 3 hal :

1. Merek yang dipakai harus mempunyai daya pembeda dari merek lainnya

2. Merek yang dipakai harus original yang berarti belum dipakai sebelumnya oleh orang atau perusahaan lainnya.
3. Si pemilik dari merek adalah dianggap sebagai pemilik merek yang bersangkutan

Adanya pelanggaran terhadap hak merek maka tentu akan menimbulkan kerugian bagi para pemilik merek barang terdaftar. Karena para pemilik merek ini untuk dapat memperoleh hak sebagai pemilik merek barang terdaftar dan untuk memperkenalkan atau mempromosikan mereknya kepada masyarakat luas tentu sangat memerlukan biaya yang banyak. Selain itu pemilik merek harus mampu menjaga kualitas usahanya agar tetap dipercayai oleh masyarakat luas khususnya para konsumen. Sehingga jika terjadi pelanggaran terhadap hak merek tertentu akan sangat mengecewakan dan merugikan para pengusaha yang telah berupaya dengan sungguh-sungguh secara jujur menggunakan merek untuk usahanya.

Beberapa belakangan ini, permasalahan Hak Atas Kekayaan Intelektual semakin banyak mendapatkan perhatian, baik dari pemerintah, kalangan akademisi maupun masyarakat luas. Hal ini tidak terlepas dari mulai berkembangnya kesadaran untuk memberikan hak-hak khusus kepada mereka. Penghargaan terhadap karya Intelektual ini diperlukan untuk menumbuhkan dan mengembangkan daya kreativitas serta sikap inovatif masyarakat. Semangat kreativitas tersebut akan sangat berarti bagi kelancaran pembangunan khususnya dalam upaya untuk memenuhi segala kebutuhan hidup masyarakat modern yang semakin kompleks.

Permasalahan mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual akan menyentuh berbagai aspek seperti teknologi, industry, sosial, budaya dan berbagai aspek lainnya. Dewasa ini banyak terjadi pemakaian merek tanpa hak dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak-pihak produsen yang tidak bertanggung jawab. Kondisi yang menimbulkan kerugian pihak produsen pemilik merek, konsumen dan pemerintah ini sangat membutuhkan suatu pengaturan yang baik agar dapat memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terhadap pelanggaran merek.

Sebenarnya perlindungan atas merek dagang ini bertujuan untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen secara seimbang dan tidak berat sebelah :

1. Kepentingan pemilik merek untuk tidak diganggu gugat dalam menjalin hubungan baik dengan para konsumen melalui pemakaian suatu merek tertentu dan untuk memperoleh langganan tetap di masa mendatang yang akan terjamin oleh pengenalan masyarakat kepada merek tersebut yang menunjukkan bahwa pemilik merek itu adalah produsen dari barang yang bersangkutan.
2. Kepentingan para produsen yang bersaing secara bebas memasarkan barang-barangnya dengan memakai tanda-tanda umum yang dapat dipakai oleh siapa pun yang akan menghalangi kebebasan menjual barang-barangnya dalam persaingan yang jujur dan sah.
3. Kepentingan para konsumen untuk dilindungi terhadap praktek-praktek yang cenderung hendak menciptakan kesan-kesan yang dapat menyesatkan, menipu dan membingungkan masyarakat konsumen dengan cara mempengaruhi pikiran mereka bahwa suatu perusahaan itu juga berasal dari suatu perusahaan lain tersebut.
4. Kepentingan umum untuk mengajukan perdagangan yang jujur di pasar-pasar serta untuk mencegah timbulnya praktek-praktek yang tidak jujur dan bertentangan dengan norma-norma kepatutan dalam perdagangan.

Prinsip-prinsip Hukum yang menyangkut perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya menekankan betapa pentingnya perlindungan suatu hak yang dapat dieksploitasi secara ekonomis, seperti merek, paten, desain industri dan hak cipta. Karena itu pengguna secara melawan hukum atas hak-hak tersebut merupakan pelanggaran yang dapat di gugat secara perdata maupun dituntut secara pidana. Tindakan meraih keuntungan dengan membonceng reputasi merek dari produk yang telah berhasil, dasarnya dilandasi dengan itikad baik, dan dapat di duga merupakan perbuatan yang ada maksud untuk menyesatkan pihak lain (konsumen). Bertolak dari uraian di atas, dan situasi kondusif bagi penciptaan suatu kepastian hukum dan pengayoman atau perlindungan hukum yang berintikan keadilan dan kebenaran, khususnya terhadap perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek. Pelanggaran hak atas merek terdaftar setelah adanya Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 khususnya di Kota Medan masih relatif cukup besar begitu juga dengan keadaan kota-kota besar lainnya yang ada di Indonesia.

## 1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek menurut ketentuan hukum merek Indonesia.
2. Untuk mengetahui penyelesaian terhadap pelanggaran hak atas merek terdaftar yang merugikan hak atas merek
3. Untuk mengetahui hal-hal yang menjadi kendala dalam perlindungan hukum terhadap merek terdaftar.

## 1.3. Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode tinjauan literatur (*library reserearch*). Pembahasan pada penelitian ini didasarkan pada pendapat ahli-ahli hukum dan jurnal-jurnal hasil penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

## 2. Landasan Teoritis

### 2.1. Pengertian Merek

Merek dalam Pasal 1 butir 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek (UUM) memiliki pengertian yaitu adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Selain menurut batasan yuridis, beberapa sarjana ada juga yang memberikan pendapatnya tentang merek, diantaranya menurut M. Djumhana dan R. Djubaedillah (1997:158) dapat disimpulkan bahwa merek harus mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Merupakan tanda pada barang atau jasa (unsur-unsur, gambar, nama, kata, hurufhuruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut),
- b. Mempunyai fungsi pembeda (*distinctive, distinguish*),
- c. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum,
- d. Bukan menjadi milik umum,

e. Tidak merupakan keterangan, atau berkaitan dengan barang atau jasa yang yang dimintakan pendaftaran.

Menurut UU Merek No.15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Merek telah menjadi elemen krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan organisasi. Sebuah merek lebih dari sekedar produk. Produk adalah sesuatu yang diproduksi di pabrik, sedangkan merek adalah sesuatu yang dibeli konsumen. Konsumen biasanya tidak menjalin relasi dengan produk atau jasa tertentu, namun sebaliknya membina hubungan yang kuat dengan merek spesifik.

## 2.2. Jenis-Jenis Merek

Jenis merek dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (a). Merek dagang; (b). Merek Jasa; dan (c). Merek kolektif. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya (Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek). Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan jasa-jasa lainnya yang sejenis (Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek). Sedangkan merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya (Pasal 1 butir 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek).

## 2.3. Pendaftaran Merek Dagang

Dengan menggunakan Undang-Undang No 15 Tahun 2001 pendaftaran merek pada awalnya dilakukan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan substantif dilakukan berdasarkan ketentuan Pasal 4, Pasal 5, dan Pasal 6. Yaitu apakah merek tersebut diajukan oleh pemohon dengan itikad baik atau terdapat unsur-unsur dimana merek itu tidak dapat didaftarkan menurut Ahmadi Miru Pemeriksaan Substantif ini dilakukan oleh pemeriksa pada Direktorat Jendral. Langkah-langkah dalam pemeriksaan substantif antara lain :

1. Melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa pemohon dapat disetujui untuk didaftar atas persetujuan dari Direktur Jendral yang kemudian diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Apabila permohonan yang ditolak atas persetujuan dari Direktur Jendral maka hal tersebut diberitahukan secara tertulis kepada pemohon ataupun kuasanya dengan disertai alasan penolakan merek.
2. Dalam hal pendaftaran merek ditolak maka dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penerimaan surat maka pemohon ataupun kuasanya dapat menyampaikan keberatan dan sanggahan. Jika tidak ada keberatan ataupun sanggahan ditetapkan bahwa pemohon dianggap menerima penolakan pendaftaran merek. Apabila terdapat sanggahan maka keberatan dapat diterima atas persetujuan Direktur Jendral dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

3. Keputusan penolakan baik ada keberatan, tidak ada keberatan maupun tanggapan tidak dapat diterima, diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya dengan menyebutkan alasan.
4. Dalam hal permohonan ditolak, segala biaya yang telah dibayar kepada Direktorat Jendral tidak dapat diterima lagi.

### 3. Pembahasan

#### 3.1. Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran Merek Menurut Ketentuan Hukum Merek Indonesia

Perlindungan hukum merek yang diberikan baik kepada merek asing atau lokal, terkenal atau tidak terkenal hanya diberikan kepada merek yang terdaftar. Untuk itu setiap pemilik merek diharapkan agar mendaftarkan mereknya ke Dirjen Haki agar dapat memperoleh perlindungan hukum terhadap mereknya. Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan permohonan merek bersangkutan. Atas permohonan pemilik merek jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat diperpanjang setiap kali untuk jangka waktu yang sama. Perlindungan hukum berdasarkan sistem *first to file principle* diberikan kepada pemegang hak merek terdaftar yang 'beritikad baik' bersifat preventif maupun represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan melalui pendaftaran merek, dan perlindungan hukum represif diberikan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana dengan mengurangi kemungkinan penyelesaian alternatif diluar pengadilan.

Perlindungan hukum tersebut dapat berupa perlindungan yang bersifat preventif maupun represif, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Perlindungan hukum preventif

Perlindungan hukum preventif di sini ialah perlindungan sebelum terjadi tindak pidana atau pelanggaran hukum terhadap merek dan merek terkenal. Dalam hal ini sangat bergantung pada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar mendapat perlindungan hukum. Dalam Pasal 3 UU Merek dinyatakan bahwa hak atas merek adalah eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Selanjutnya, Pasal 28 UU Merek menyatakan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (filling date) yang bersangkutan dan dapat diperpanjang. Dengan demikian, apabila seseorang/ badan hukum ingin agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu. Suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan UU Merek. Syarat penting yang sekaligus menjadi ciri utama suatu merek ialah adanya daya pembeda (distinctiveness) yang cukup. Merek yang dipakai haruslah sedemikian rupa sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang atau jasa suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lainnya. Selanjutnya, menurut penjelasan Pasal 6 ayat (1) UU Merek yang dimaksud 'sama pada pokoknya' dengan merek terdaftar orang lain ialah adanya kesan yang sama, antara lain, mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur maupun

bunyi ucapan yang terdapat di dalam merek yang bersangkutan. Berdasarkan Pasal 6 ayat (2) ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (1) huruf (b) (merek terkenal) dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis sepanjang dipenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah. Namun, sampai saat ini Peraturan Pemerintah yang dimaksud Pasal 6 ayat (2) tersebut belum ada. Apabila permohonan pendaftaran merek sudah memenuhi persyaratan formalitas, persyaratan substantif, masa pengumuman, maka dapat diberikan sertifikat merek dan kemudian didaftarkan dalam daftar umum merek. Setelah diterimanya Sertifikat Merek dan didaftarkannya merek yang bersangkutan di dalam Daftar Umum Merek maka pemilik merek terdaftar tersebut memiliki hak eksklusif tersebut dapat berupa hak menikmati secara eksklusif untuk mengeksploitasi keuntungan (*exclusive financial exploitation*). Dengan demikian, perlindungan merek diberikan kepada pemilik merek terdaftar. Namun demikian, dimungkinkan pula perlindungan terhadap merek tidak terdaftar dengan syarat bahwa merek tersebut termasuk dalam kategori merek terkenal. Dengan itu maka jelaslah bahwa pemilik merek terkenal akan memperoleh perlindungan hukum secara preventif dengan adanya berbagai persyaratan permohonan pendaftaran merek tersebut. Mekanisme perlindungan merek terkenal selain melalui inisiatif pemilik merek tersebut dapat juga ditempuh melalui penolakan oleh kantor merek terhadap permintaan pendaftaran merek yang sama pada pokoknya dengan merek terkenal.

## 2. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran hak atas merek melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana. Bahwa pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Pemilik merek terdaftar juga memiliki hak untuk mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran merek terhadap merek yang ia miliki yang didaftarkan orang lain secara tanpa hak. Turut-sertanya Indonesia dalam era globalisasi menimbulkan tingkat persaingan yang semakin meningkat. Dalam persaingan usaha yang cukup ketat, timbul banyak kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjatuhkan kompetitor usahanya, misalnya dengan melakukan pemalsuan merek. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sebenarnya apabila kualitas yang dijual tidak sama dengan kualitas produk yang asli. Selain itu juga menimbulkan kebingungan bagi masyarakat luas.

Faktor gengsi semu dari konsumen yang merasa bangga menggunakan merek terkenal terutama produk dari luar negeri (*label minded*) juga sangat mempengaruhi dan sekaligus menguntungkan pemalsuan merek, karena mendapatkan kesempatan untuk memuaskan hasrat masyarakat melalui merek-merek asli tapi palsu (*aspal*) atau merek yang mirip dengan merek terkenal, dengan menghasilkan produk yang kerap kali sengaja disesuaikan dengan kemampuan kantong kosong konsumen yang ingin mengenakan merek terkenal tetapi tidak mempunyai kemampuan untuk membelinya sehingga mereka membeli merek-merek asli tapi palsu asalkan tetap bisa gengsi. Pemakaian merek yang mirip dengan merek terkenal milik orang lain secara tidak berhak dapat menyesatkan konsumen terhadap asal-usul, dan atau kualitas barang. Pemakaian merek terkenal secara tidak sah dikualifikasi sebagai pemakaian merek yang beritikad tidak baik. Penggunaan produk dengan merek-merek tertentu disamping *good will* yang dimiliki oleh mereknya

sendiri selain itu juga sifat fanatik dari konsumen terhadap merek tersebut yang dianggap mempunyai kelebihan atau keunggulan dari merek yang lain. Sifat fanatik yang dimiliki oleh konsumen tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi ada juga mengutamakan prestise dan memberikan kesan tersendiri dari pemakainya sehingga dengan memakai persepsi mereka adalah suatu "simbol" yang akan menimbulkan gaya hidup baru (*life style*). Adanya perbedaan persepsi didalam masyarakat mengenai merek menimbulkan berbagai penafsiran, tetapi meskipun begitu berarti bahwa tindakan orang-orang yang memproduksi suatu barang dengan mendompleng ketenaran milik orang lain tidak bisa dibenarkan begitu saja, karena dengan membiarkan tindakan yang tidak bertanggung jawab maka secara tidak langsung menghasilkan dan membenarkan seseorang untuk menipu dan memperkaya diri secara tidak jujur.

Untuk menghindari praktek-praktek yang tidak jujur dan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik atau pemegang merek serta konsumen maka Negara mengatur perlindungan merek dalam suatu hukum merek dan selalu disesuaikan dengan perkembangan perkembangan yang terjadi di dunia perdagangan internasional yang tujuannya adalah mengakomodasikan semua kepentingan-kepentingan yang ada guna menciptakan suatu perlindungan hukum.

### **3.2. Penyelesaian terhadap Pelanggaran Hak atas Merek Terdaftar yang Merugikan Hak atas Merek**

Adanya pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik dan tidak bertanggung jawab terhadap merek terkenal yang dilanggarnya, tentu akan menimbulkan kerugian yang dirasakan oleh produsen atau pengusaha pemegang hak atas merek yang terkenal. Sebagai pihak yang dirugikan, tentu pemegang hak atas merek terkenal akan menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasus pelanggaran merek. Hal tersebut bertujuan agar pelaku pelanggaran merek tidak akan lagi memakai merek yang menyerupai pada pokoknya atau keseluruhannya dari merek terkenal atau bahkan menghentikan aktivitas produksinya. Perbuatan pelanggaran merek selain diatur di dalam UU Merek, juga dapat dikenai sanksi yang dapat ditinjau dari hukum pidana, perdata, maupun administrasi (Muhammad Djumhana, 1997 : 93).

Sanksi yang dapat dijatuhkan oleh pelaku pelanggaran merek selain dari UU Merek adalah sebagai berikut.

#### **1. Sanksi menurut hukum perdata**

Pemakaian merek tanpa hak, dapat digugat berdasarkan perbuatan melanggar hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) yaitu "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut". Sebagai pihak penggugat harus membuktikan bahwa ia karena perbuatan melanggar hukum tergugat, menderita kerugian.

#### **2. Sanksi menurut hukum pidana.**

Sanksi pidana terhadap tindakan yang melanggar hak seseorang dibidang merek selain diatur khusus dalam ketentuan sanksi peraturan perundang-undangan merek itu sendiri, juga terdapat dalam ketentuan KUHP. Persaingan tidak jujur dengan sendirinya bersifat melawan hukum, karena hukum memberikan perlindungan terhadap pergaulan yang tertib dalam dunia usaha. Persaingan tidak jujur tersebut digolongkan suatu tindak pidana sesuai dengan Pasal 382bis KUHP. Perbuatan materiil diancam hukuman penjara

setinggi-tingginya 1 tahun atau denda, setinggi-tingginya Rp 900,00 ialah melakukan perbuatan yang tipu muslihat untuk mengelabui masyarakat atau seorang tertentu. Pengelabuhan ini dipakai oleh si pembuat sebagai upaya untuk memelihara atau menambah hasil perdagangan atau perusahaannya si pembuat atau orang lain.

Selain itu, ketentuan yang terdapat dalam KUHP, yaitu ketentuan Pasal 393 ayat (1) yang menyatakan: "Barangsiapa yang memasukkan ke Indonesia tanpa tujuan terang untuk dikeluarkan lagi dari Indonesia, menjual, menawarkan, menyerahkan, membagikan atau mempunyai persediaan untuk dijual atau dibagikan, barang-barang yang diketahui atau sepatutnya harus diduga, bahwa pada barangnya itu sendiri atau pada bungkusnya dipakaikan secara palsu nama, firma atau mereka yang menjadi hak orang lain atau untuk menyatakan asalnya barang, nama sebuah tempat tertentu dengan ditambahkan nama firma yang khayal, ataupun bahwa pada barangnya sendiri atau pada sekalipun dengan sedikit perubahan, diancam dengan pidana penjara paling lama empat bulan dua minggu atau denda paling banyak enam ratus rupiah". Pasal 393 ayat (2) KUH Pidana: "Jika pada waktu melakukan kejahatan belum lewat limatahun sejak adanya pemidanaan yang menjadi tetap, karena kejahatan semacam itu juga, dapat dijatuhkan pidana penjara paling lama sembilan bulan". Dalam tindak pidana ini tidak perlu bahwa merek, nama atau firma yang dipasang persis serupa dengan merek, nama atau nama firma orang lain tersebut.

Dengan demikian meskipun ada perbedaannya kecil, tetap masih dapat dihukum (R. Soesilo, 1991 : 271). Perbuatan tindak pidana yang berkaitan dengan pelanggaran hak indikasi geografis dan hak indikasi asal, semuanya dikualifikasikan sebagai kejahatan dengan ancaman pidana bersifat kumulatif. Selain di dalam KUHP, terdapat juga ketentuan sanksi pidana dalam UU Merek.

### 3. Sanksi Administrasi Negara.

Bila terjadi pelanggaran terhadap hak intelektual, negara bisa juga menggunakan kekuasaannya untuk melindungi pemilik hak yang sah. Melalui kewenangan administrasi negara, yaitu di antaranya melalui Pabean, Standar industri, kewenangan pengawasan badan penyiaran, kewenangan pengawasan standar periklanan.

### 3.3. Kendala dalam Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar

Terdapat kendala-kendala dalam pelaksanaan hukum merek. Kendala-kendala tersebut datang baik dari pengusaha maupun dari Dinas Koperasi dan UMKM sebagai dinas yang bertanggung jawab dalam memberikan sosialisasi tentang perlindungan hukum terhadap merek terdaftar. Kendala-kendala yang dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

*Pertama*, kendala yang muncul dari pihak pengusaha sendiri, adapun kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut: (1) Pemahaman yang lemah pengusaha terhadap substansi Undang-Undang Merek; (2) Adanya sikap masa bodoh akan pentingnya sebuah pendaftaran merek dagang.

*Kedua*, kendala berasal dari luar pengusaha. Adapun faktor eksternal adalah mengenai peranan Pemerintah dalam mensosialisasikan UU Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar.

Di Indonesia hak merek diperoleh melalui pendaftaran, inilah yang disebut *stelsel konstitutif* atau *first to file system*. Asumsi hukum timbul bahwa: "pemohon pertama yang

mengajukan pendaftaran dengan itikad baik adalah pihak yang berhak atas merek, sampai terbukti sebaliknya." Tujuan ketentuan ini merupakan penyederhanaan ketentuan lama yang menetapkan pendaftaran satu merek hanya untuk satu kelas barang dan jasa. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pemilik dalam menggunakan mereknya untuk beberapa barang atau jasa yang termasuk dalam beberapa kelas yang seharusnya tidak perlu direpotkan dengan prosedur administrasi yang mengharuskan pengajuan permohonan secara terpisah bagi setiap kelas barang atau jasa. Hanya saja biaya bagi pendaftaran merek ini tetap dikenakan sesuai dengan jumlah kelas barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

##### **4.1. Kesimpulan**

Dalam beberapa tahun belakangan ini banyak sekali terjadi pelanggaran terhadap hak merek. Pelanggaran hak merek itu mulai meningkat di Indonesia sejak kebijakan pasar ebebas yang dicanangkan pemerintah Indonesia, dimana Investor Asing diberikan kesempatan untuk menanam modalnya di Indonesia. Untuk melindungi para pengusaha ataupun pemegang hak merek dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar, maka perlu diberikan perlindungan hukum terhadap hak merek barang terdaftar.

Untuk menghindari praktek-praktek yang tidak jujur dan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik atau pemegang merek serta konsumen maka Negara mengatur perlindungan merek dalam suatu hukum merek dan selalu disesuaikan dengan perkembangan perkembangan yang terjadi di dunia perdagangan internasional yang tujuannya adalah mengakomodasikan semua kepentingan-kepentingan yang ada guna menciptakan suatu perlindungan hukum.

##### **4.2. Saran**

1. Untuk lebih memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek diperlukan koordinasi dan kerjasama yang efektif dan efisien antara pemerintah dengan perangkat peraturan perundangundangan yang memadai, aparat pemeriksa merek, aparat penegak hukum, masyarakat luas, serta pengusaha yang akan menggunakan suatu merek bagi produknya.
2. Selain itu yang tidak kalah pentingnya adalah pelaksanaan sosialisasi merek lainnya seperti memberikan penyuluhan hukum tentang pentingnya merek dengan cara turun langsung ke lapangan dengan mendatangi industri kecil dan menengah yang selama ini menjadi salah satu kekuatan ekonomi Bangsa Indonesia.

##### **Daftar Pustaka**

- M. Djumhana dan R. Djubaedillah. 1997. *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Soesilo, R. 1991. *KUHP Serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*. Cet. VII, Politeia, Bogor.
- Budi Insan Maulana, 1999. *Kompilasi Undang-Undang Hak Cipta, Paten, Merek dan Terjemahan Wina Konvensi di Bidang Hak Atas kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bandung.
- Gautama, Soedargo, 1989. *Hukum Merek Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Gautama, Soedargo dan Rizwanto Winata, 1997. *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam rangka WTO, Trips)* Citra Aditya Bakti Bandung.
- Hossan, Ahad, 1997. *Beberapa hal Tentang Perlindungan Hukum Merek di Indonesia*, Direktorat Merek, Ditjen, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Jakarta.
- Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana  
Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

