

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang sangat pesat, juga mendorong globalisasi Hak Kekayaan Intelektual. Munculya Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau *Intellectual Property Rights (IPR)* sebagai bahan pembicaraan dalam tatanan nasional, regional, dan bahkan internasional tidak lepas dari pembentukan organisasi perdagangan dunia atau *World Trade Organisation (WTO)*. Organisasi Perdagangan Dunia, *World Trade Organisation (WTO)* dibentuk, maka isu masalah Hak Kekayaan Intelektual semakin muncul ke permukaan. Hal ini disebabkan oleh masalah perdagangan yang semakin mengglobal terkait dengan HKI (*Trade Related Intellectual Property Rights, TRIP's*).

Secara substantive, pengertian HaKI (Hak Kekayaan Intelektual) dapat didefinisikan sebagai hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Suatu barang atau jasa yang hari ini diproduksi di satu negara, di saat berikutnya telah dapat dihadirkan di negara lain. Kehadiran barang atau jasa yang dalam proses produksinya terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual, namun pada saat yang sama dapat menghadirkan Hak Kekayaan Intelektual pada barang atau jasa yang dapat di pasarkan di tempat lain. Kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual dengan demikian juga tumbuh bersamaan dengan kebutuhan untuk melindungi barang atau jasa sebagai komoditi dagang. Kebutuhan untuk

melindungi barang atau jasa dari kemungkinan pemalsuan atau dari persaingan yang tidak wajar (curang), juga berarti kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual yang digunakan pada atau untuk memproduksi barang atau jasa tadi. Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak terkecuali bagi Merek.¹ Pengaturan mengenai Merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Pengaturan mengenai Merek tidak terbatas pada pengaturan hukum nasional saja, tetapi juga terikat pada hukum internasional. Hubungan hukum antara pengaturan hukum nasional dan internasional dalam merek dapat dilihat bahwa hukum nasional sesuai dengan asas teritorial, melahirkan atau menciptakan Kekayaan Intelektual dan memberikan perlindungan Kekayaan Intelektual, sementara pengaturan hukum internasional mengenai Kekayaan Intelektual bertujuan untuk menciptakan keseragaman pengaturan, mulai dari persoalan istilah hingga penegakan hukumnya, terutama jika menyangkut isu aspek-aspek perdagangan internasional.² Maraknya pemanfaatan merek-merek terkenal pada saat sekarang ini, tidak lain karena menjanjikan keuntungan besar yang akan didapat apabila mempergunakan merek terkenal daripada menggunakan mereknya sendiri. Merek juga penting dalam dunia pemasaran dan pengiklanan. Apalagi pada saat krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti sekarang ini, banyak produsen yang mensiasati dengan cara mengkombinasikan barang-barang bermerek asli dengan

¹ Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm 82

² Titon Slamet Kurnia, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*, PT Alumni, Bandung, 2011, hlm 67

bajakan, karena bajakan tersebut secara fisik benar-benar mirip dengan asli. Merek bajakan dilakukan untuk barang sejenis dan tidak sejenis. Barang sejenis biasanya mudah untuk diidentifikasi, tetapi barang yang tidak sejenislah yang sulit untuk diidentifikasi. Hal inilah yang menyebabkan konsumen beranggapan barang-barang tersebut memiliki hubungan dengan merek terkenal.

Alasan khusus yang melatarbelakangi banyaknya terjadi peniruan merek terkenal di Indonesia adalah Indonesia sebagai negara berkembang tidak dapat memungkiri bahwa masyarakatnya lebih menghargai barang-barang dari luar negeri karena dipandang lebih meyakinkan dan lebih terjamin mutunya.³ Dan alasan lainnya adalah agar mudah dijual, selain itu merek tidak perlu repot-repot mengurus nomor pendaftaran ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual atau mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membangun citra produknya (*brand image*). Mereka tidak perlu repot-repot membuat divisi riset dan pengembangan untuk dapat menghasilkan produk orang lain dan untuk pemasarannya biasanya “bandar” yang siap untuk menerima produk jiplak tersebut.

Merek terkenal asing sering dipalsukan (pelaku usaha sering membonceng ketenaran dari merek terkenal tersebut) karena nilai ekonomisnya yang sangat tinggi. Akibatnya, pemilik merek yang sah atas merek terkenal dirugikan kepentingannya dengan berkurangnya pangsa pasar, pudarnya *goodwill* atau reputasi Merek yang telah dibangun dengan susah

³ Sudargo Gautama, *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*, PT. Alumni, Bandung, 1985, hlm 59 dan 60

payah dan biaya yang tidak sedikit. Namun, tidak hanya kepentingan pemilik Merek terkenal saja yang dirugikan, konsumen juga dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai ekspektasinya sebagai timbal balik dari pembayaran yang sudah dilakukan.⁴

Sebagai contoh maraknya perdagangan palsu, yang memakai merek terkenal. Misalnya Pierre Cardin, barang asli Pierre Cardin sering kali bukan di buat di negara Perancis melainkan di negara-negara berkembang seperti Indonesia, Fillipina, Malaysia, Thailand yang upah buruhnya murah, tetapi dengan sistem lisensi. Dimana pemegang lisensi membayar royalti dan pemilik memperkenankan label merek terkenal itu secara sah. Pemilik merek juga mengawasi kualitas produksi yang bersangkutan. Hasil produksinya kemudian diekspor kembali ke negara-negara maju dengan label asli yang harganya jauh lebih mahal karena si pemegang lisensi yang mengekspor barang-barang itu juga membayar royalti kepada pemilik merek terkenal itu.⁵

Adanya perlindungan hukum bagi pemilik merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan hak yang sifatnya khusus (eksklusif) bagi pemilik merek (*exclusive right*) agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama dengan yang dimilikinya, baik untuk barang atau jasa yang sama atau hampir sama. Hak khusus tersebut cenderung bersifat monopoli yang artinya hanya pemilik merek yang dapat menggunakannya. Apabila merek sudah terdaftar, maka akan mendapat perlindungan hukum baik secara pidana maupun perdata. Dengan cara pemberian hukuman kepada yang telah melakukan

⁴ Titon Slamet Kurnia, *Op. Cit*, hlm 99

⁵ Sudargo Gautama, *Op. Cit*, hlm 18

kejahatan dan pelanggaran merek yang sudah diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

Di pihak lain terdapat produk aspal (asli tapi palsu) yang hampir bertebaran di Indonesia terutama di mall, pasar, bahkan penjual kaki lima, barang palsu atau KW biasanya di tawarkan. Sebagai contoh saja ada seorang remaja yang suka berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko-toko tas membeli barang bermerek “Hermes”. Hermes adalah merek papan atas yang aslinya seharga jutaan bahkan sampai ratusan juta dapat diperoleh remaja tersebut dengan harga yang hanya ratusan ribu saja. Maraknya barang tas palsu atau KW di Indonesia menjadikan minimnya sebuah bentuk penghargaan terhadap Hak Kekayaan Intelektual. Banyak remaja dari mulai kalangan bawah hingga kalangan atas yang gemar membeli tas merek palsu atau KW. Mereka menganggap tas merek palsu atau KW dengan tas original tidak dapat dibedakan dari tampilan luarnya saja, tetapi hanya kualitas saja yang berbeda. Mereka juga tidak mengetahui secara pasti adanya Undang-Undang yang melindungi merek terkenal. Mereka menganggap bahwa memakai merek palsu atau KW tidak melanggar hukum.

Bahkan pemilik toko menjual barang palsu atau KW tetap melakukan, karena banyaknya permintaan konsumen. Tas palsu atau KW juga lebih murah dibandingkan tas original, sehingga pemilik toko tidak mengetahui adanya aturan mengenai tindak pidana perdagangan barang palsu sesuai dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Mereka merasa aman-aman saja, dan mereka hanya meraup keuntungan dari hasil

penjualan produknya tersebut. Bagi pengguna tas merek palsu atau KW mereka lebih mengutamakan *lifestyle* saja. Mereka juga tidak tahu adanya Undang-Undang yang melindungi merek terkenal. Tidak ada tindakan tegas juga dari Pemerintah.

Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa faktor utama pendorong bagi produsen adalah banyaknya permintaan konsumen sendiri, keuntungan yang di dapat oleh produsen juga meningkat, tidak adanya tindakan tegas dari Pemerintah atas pelanggaran merek palsu atau KW. Yang kedua, faktor pendorong dari segi pengguna adalah faktor kegunaan, gaya hidup (*lifestyle*), mengutamakan gengsi, tidak diketahuinya aturan mengenai merek terkenal.

Penyelesaiannya adalah dengan cara lebih baik menghargai karya orang lain dengan tidak memalsu barang, bersaing dengan cara yang sehat, tidak hanya meniru dengan cara meraup keuntungan yang lebih besar. Alangkah baiknya apabila kita menggunakan merek lokal saja. Dengan membeli produk lokal yang berkualitas jauh lebih baik di bandingkan menuruti gengsi dengan membeli produk palsu atau KW.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaturan Terhadap Produsen Yang Menggunakan Merek Produk Tiruan dan Apa Dampak Bagi Konsumen Yang Menggunakan Merek Produk Tiruan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaturan Terhadap Produsen Yang Membuat Merek Produk Tiruan?
2. Apa Dampak Merek Produk Tiruan Bagi Konsumen Yang Menggunakannya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaturan Terhadap Produsen Yang Membuat Merek Produk Tiruan
2. Untuk Mengetahui Dampak Merek Produk Tiruan Bagi Konsumen Yang Menggunakannya

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan masukan pemikiran dan ilmu pengetahuan baru terhadap ilmu hukum hasil dari studi pada umumnya dan ilmu hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai informasi dan referensi bagi individu atau instansi yang terkait dengan objek yang diteliti.

E. Terminologi

1. Penegakan Hukum

Penegakan Hukum adalah berfungsinya norma-norma hukum secara nyata sebagai pedoman perilaku dalam hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

2. Produsen

Produsen adalah pihak-pihak yang dalam kegiatannya menghasilkan output, baik itu barang atau jasa untuk dipasarkan ke konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

3. Konsumen

Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2 Tentang Perlindungan Konsumen adalah semua pihak yang menggunakan barang atau jasa yang ada di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi maupun orang lain dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk dijual kembali. Dengan kata lain, sebagian besar konsumen adalah pengguna akhir dari suatu barang atau jasa.

4. Merek

Merek menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah tanda atau simbol yang dapat 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 atau jasa.

5. Produk Tiruan

Produk Tiruan atau istilah lainnya kwalitet (KW) menurut Aprilins (2010) adalah sebuah barang yang diproduksi sebagai tiruan, replika, imitasi dari barang lain. Barang KW ini bukan hanya diproduksi sebagai tiruan atau replika merek terkenal saja, tetapi juga untuk semua merek. Barang “KW” diproduksi tanpa menggunakan hak merek yang

bersangkutan, para produsen membuatnya dengan cara seperti meniru saja. Tingkatan barang “KW” paling umum adalah “KW 1”, “KW 2”, dan “KW” super. Harga barang “KW” yang paling mahal dan memiliki kualitas mirip dengan aslinya adalah KW super.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, untuk mengetahui lebih detail dan mendalam mengenai analisis yuridis penegakan hukum produsen dan pengguna merek produk tiruan, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis yaitu penelitian untuk menggambarkan dan menganalisa masalah yang ada dan termasuk dalam jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yang akan disajikan secara deskriptif.

3. Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder yang diteliti sebagai berikut:

- a. Bahan hukum primer diperoleh dari :
 - 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia
 - 2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
 - 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek
 - 4) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
 - 5) Alqur'an dan Hadist
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang isinya menjelaskan mengenai bahan hukum primer. Misalnya buku-buku, jurnal, dan internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh suatu kebenaran, maka dapat menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji, serta mengolah secara sistematis bahan-bahan kepustakaan serta dokumen-dokumen yang berkaitan.

5. Teknik Analisis Data

- a. *Interview* atau Wawancara

Interview atau Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan dengan hasil pada tujuan penelitian, atau sebuah

dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber. Komunikasi ini dilakukan dengan Produsen Selaku Penjual Tas di Pasar Kalinyamatan dan Konsumen Pengguna Merek Produk Tiruan.

b. Studi Kapustakaan

Studi Kapustakaan yaitu dengan cara mengkaji literatur, hasil penelitian hukum, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini.

c. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi yaitu dengan mengkaji berbagai dokumentasi dengan merecord hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini.

6. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitiannya dilaksanakan di Kota Jepara tepatnya di Pasar Kalinyamatan. Sedangkan objek penelitiannya adalah produsen yang membuat merek produk tiruan dan konsumen yang menggunakan merek produk tiruan.

7. Analisis Data

Metode dalam teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif, yang artinya data diperoleh kemudian disusun secara sistematis dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan data secara utuh.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan hukum yang dibuat berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan penulis, akan dijelaskan singkat pembahasan ke dalam 4 (empat) bab guna mempermudah mempelajari skripsi ini dan dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Keempat bab tersebut akan dibagi ke dalam sub-bab yang saling berhubungan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari 7 (tujuh) sub-bab yaitu: Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan penjabaran dari bahan pustaka yang akan dipergunakan sebagai bahan dari kerangka teori, pembahasan ini terdiri dari 4 (empat) sub-bab yaitu: Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual, Tinjauan Umum Tentang Merek, Tinjauan Umum Merek Terkenal, Konsep *Passing Off*.

BAB III : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah dan terdiri dari 2 (dua) sub-bab yaitu : Untuk mengetahui pengaturan terhadap Produsen yang menggunakan Merek Produk Tiruan dan

Untuk mengetahui dampak bagi Konsumen yang menggunakan Merek Produk Tiruan.

BAB IV : Penutup

Bab ini merupakan akhir dari penulisan hukum, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis yang berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan.