

**PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/
CLOTHING MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi di *Hornycupcakes Store Semarang*)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Disusun Oleh :

Azam Nurudin

30301700067

**PROGRAM STUDI (S.1) FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2021**

**PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/
CLOTHING MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi di *Hornycupcakes Store* Semarang)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Azam Nurudin

30301700067

Pada tanggal, Agustus 2021

telah Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing:

Kami Hartono., S.H.,M.H
NIDN: 00.0810.6001

**PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/
CLOTHING MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi di *Hornycupcakes Store Semarang*)**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Azam Nurudin

30301700067

Telah Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Pada tanggal 12 Agustus 2021

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus

Tim Penguji
Ketua



Dr. Andi Aina Ilmih, S.H., M.H.

NIDN: 09.0606.8001

Anggota

Anggota



Dr. Taufan Fajar Riyanto, S.H., M.Kn

NIDK: 89.0510.0020

Kami Hartono, S.H., M.H

NIDN: 00.0810.6001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum



Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E, Akt, M.H.

NIDN: 06.0503.6205

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azam Nurudin

Nim 30301700067

Dengan ini saya nyatakan Bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul:

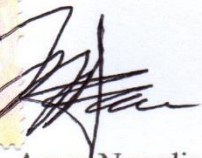
PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/

CLOTHING MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016

TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS. Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar hasil karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti tindakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 16 Agustus 2021




Azam Nurudin

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- ❖ Hidup adalah serangkaian kebetulan, kebetulan adalah takdir yang menyamar.

-Fiersa Besari

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Kedua Orang Tua saya yang saya banggakan dan telah memberi saya semangat untuk menyelesaikan karya tulis ini.
- ❖ Almamaterku UNISSULA



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Tak ada kata yang sangat pantas kita lontarkan selain dari pada kataSyukur kepada Allah S.W.T yang tiada henti-hentinya memberikan segala limpahan nikmat, rezeki, rahman serta karunianya yang tak terhingga, yang tak mampu penulis ungkapan. Karena atas ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/ CLOTHING MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS.**

Skripsi ini saya ajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana dalam jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari keterlibatan berbagai pihak yang senantiasa membantu dan membimbing penulis. Penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik bantuan secara moril maupun materiil demi terselesaikannya skripsi ini, yakni kepada :

1. Bapak Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto S.H., S.E, Akt, M.H. Selaku Dekan Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
3. Ibu Dr.Widayati, SH., MH. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
4. Bapak Arpangi, SH., MH. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum UNISSULA Semarang

5. Bapak Kami Hartono, S.H.,M.H. Pembimbing penulisan Skripsi ini yang telah mengajarkan penulis dengan penuh kesabaran
6. Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari, SH., M.Hum Selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
7. Bapak Deny Suwondo, S.H.,M.H. Selaku Sekretaris Prodi Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
8. Bapak Dr. Rakhmat Bowo Suharto. S.H., M.H, Selaku Pembimbing akademik Di Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
9. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
10. Staf Dan Karyawan Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
11. Kedua orang tua Bapak Wijayanto dan Ibu Siti Rumini yang selalu mendoakan, menasehati, memberi motivasi, dan kasih sayangnya
12. Farah Aulia Dewi, Gilang Kinantan, Afriyanti Veronika, Bang Dwi, Alfriandi Rahardjo, Giza Ayu, Repo Bismantoko, Rahma Yunita, dan Qonitah Yolanda yang selalu menghibur penulis di saat penulis sedih dan sebagai penyemangat penulis
13. Teman-teman Di bawah Pohon Rindang crew (DPR)
14. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan bantuan - bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran perbaikan senantiasa diharapkan. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat serta menambah pengetahuan bagi kita khususnya bagi para pembaca.

Wassalamu' Alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Semarang, 16 Agustus 2021




Azam Nurudin

ABSTRAK

Penelitian ini, berjudul Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Produk Kaus/ *clothing* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemilik merek tersebut memperoleh suatu perlindungan hukum produk kaus/ *clothing* dan hambatan yang dihadapi serta solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Sumber data diperoleh dari beberapa tahapan yaitu melalui penelitian lapangan (wawancara) dan penelitian pustaka. analisis data dengan cara sistematis meliputi reduksi data, penyajian Data serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dari penulisan menyimpulkan bahwa Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Produk Kaus/ *clothing* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis belum berjalan secara efektif. Penghambat pelaksanaan perlindungan hukum ini berasal dari eksternal dan internal yaitu rendahnya SDM, terbatasnya informasi dan wawasan dari pada para pelaku usaha, kurangnya kesadaran hukum para pihak terkait (penjual dan konsumen), adanya kebutuhan akan barang bermerek terkenal dengan harga murah, keengganan pemilik merek untuk memproses gugatan terkait masalah dana terhadap tindak pelanggaran yang dilakukan oleh para pedagang mikro, kecil, dan menengah, mudahnya memberikan izin usaha serta belum optimalnya proses pengawasan dan pembinaan dari DJKI dan instansi-instansi terkait kepada para pelaku usaha dan masyarakat menyebabkan tindak pelanggaran ini masih tetap berlangsung.

Kata Kunci: Pelaksanaan, Perlindungan Hukum, Produk Kaus/ *clothing*

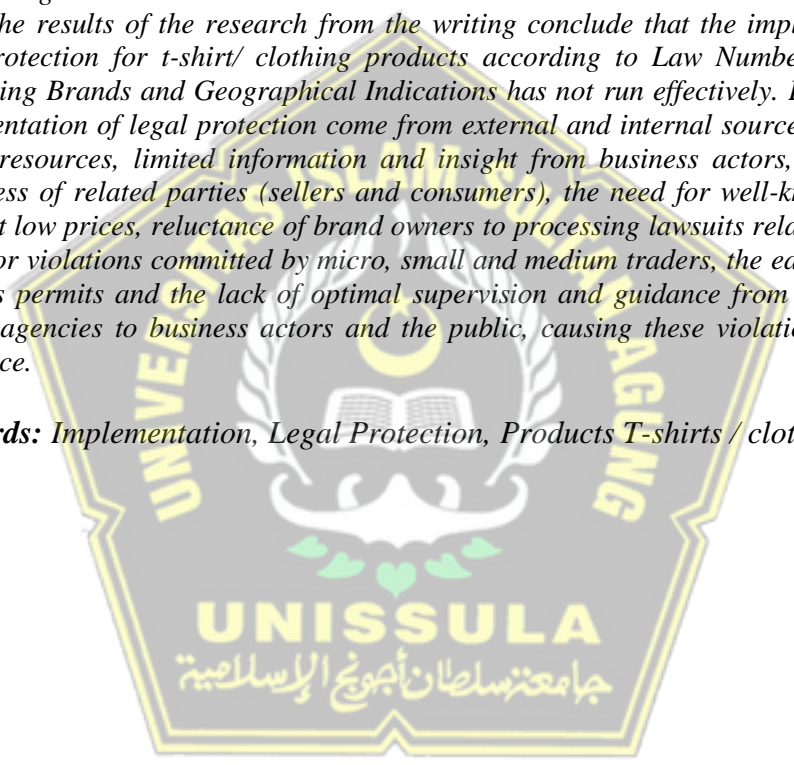
ABSTRACT

This study, entitled Implementation of Legal Protection for T-shirt/ clothing products according to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications, this study aims to find out how the owner of the brand obtains legal protection for t-shirt/ clothing products and the obstacles faced as well as solutions in implementation of legal protection according to Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications.

The research method uses a sociological juridical approach. Sources of data obtained from several stages, namely through field research (interviews) and library research. data analysis in a systematic way includes data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of the research from the writing conclude that the implementation of legal protection for t-shirt/ clothing products according to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications has not run effectively. Barriers to the implementation of legal protection come from external and internal sources, namely low human resources, limited information and insight from business actors, lack of legal awareness of related parties (sellers and consumers), the need for well-known branded goods at low prices, reluctance of brand owners to processing lawsuits related to funding issues for violations committed by micro, small and medium traders, the ease of granting business permits and the lack of optimal supervision and guidance from the DJKI and related agencies to business actors and the public, causing these violations to persist. take place.

Keywords: *Implementation, Legal Protection, Products T-shirts / clothing*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Terminologi	11
F. Metode Penelitian	13
G. Metode Analisis Data	16
H. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Tinjauan Umum Produk Kaus/ <i>Clothing</i>	19
1. Tinjauan Kaus/ <i>Clothing Hornycupcakes</i>	19
2. Pengertian dan Sejarah Singkat Kaus/ <i>Clothing</i>	19
3. Pemalsuan Produk Kaus/ <i>Clothing</i>	20
B. Tinjauan Umum Mengenai Merek	23
1. Landasan Hukum Merek	23
2. Pengertian Merek	24
3. Asas-asas dan prinsip Merek	26
4. Jenis Merek	26
5. Hak Merek	29

6.	Perbuatan Yang Merupakan Bentuk-Bentuk Pelanggaran Pemalsuan Merek	31
7.	Pertanggungjawaban Pelanggaran Pemalsuan Merek	34
C.	Tinjauan Umum Tentang Merek Sebagai Bagian Dari HaKI Menurut Hukum Islam.....	42
1.	Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	42
2.	Pengertian Hak Kekayaan Intelektual Menurut Islam.....	44
3.	Ruang Lingkup HaKI Secara Umum dan Menurut Islam.....	46
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
A.	Pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Produk Kaus/ <i>Clothing</i> Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016	58
1.	Pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Produk <i>Hornycupcakes</i>	58
2.	Upaya yang Dilakukan Pemilik Merek Produk Kaus/ <i>Clothing</i> <i>Hornycupcakes</i> dalam Mengatasi Peniruan Merek	62
B.	Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik merek menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis	69
1.	Faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan hukum dalam sengketa peniruan merek <i>Hornycupcakes</i>	69
2.	Solusi dan upaya dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek	71
BAB IV PENUTUP		74
A.	Simpulan	74
B.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara hukum berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 (Pasal 1 ayat (3)), dalam peraturan perundang-undangan tersebut memiliki makna bahwa semua pihak harus melakukan tindakan berlandaskan hukum. Serta dalam pembukaan Undang-undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 alinea ke empat yang memiliki tujuan untuk memajukan kesejahteraan umum dan melindungi seluruh tumpah darah Indonesia.

Pemerintah Indonesia harus melindungi kepentingan rakyatnya, khususnya bagi para masyarakat yang memiliki usaha kecil, menengah, maupun atas. Jumlah wirausaha atau pengusaha di Indonesia menembus 3,1 persen dari total jumlah penduduk yang saat ini sekitar 260 juta jiwa atau sekitar 8,06 juta jiwa, angka tersebut melampaui standar internasional sebanyak 2 persen.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan perdagangan dewasa ini, menyebabkan kegiatan di sektor perdagangan meningkat dengan beragamnya produk barang maupun jasa yang ditemukan di pasaran. Barang dan jasa yang diproduksi merupakan hasil kemampuan dari kreativitas manusia yang dapat menimbulkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Salah satu cabang HKI yang memegang peran penting adalah merek¹. Maka selayaknya Negara Hukum pemerintah Indonesia harus melindungi kepentingan para pengusaha dan memajukan kesejahteraan bagi pelaku usaha, dengan membuat peraturan perundang-undangan yaitu Undang-undang Nomer 15 Tahun 2001 tentang Merek yang sekarang telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut bertujuan untuk melindungi produk-produk yang dihasilkan oleh para pemilik usaha dari tindakan pemalsuan produk serta merek.

Pengaruh globalisasi disegala bidang kehidupan masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat. Dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi dan informasi serta sarana transportasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Seiring dengan perkembangan ini maka manusia berlomba-lomba untuk mendapatkan penghasilan dari cara apapun termasuk dari bidang perdagangan atau wirausaha. Cara-cara tersebut ditempuh dengan cara bersaing dengan sehat antara produsen dengan produsen lainnya dan ada beberapa cara yang tidak sehat seperti, contoh melakukan peniruan terhadap merek atau hasil produksi dari merek terkenal untuk menunjang pemasaran bagi pelaku peniru merek yang melakukan tindakan tersebut.

¹ Muhadjir Effendi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2008, hlm. 252

Perkembangan perdagangan itu sendiri akan berlangsung secara terus menerus dan mengikuti arus pertumbuhan ekonomi nasional yang akan meningkat. Dengan memperhatikan kecenderungan itu, akan menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat. Bahwa untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi perlu didukung oleh suatu perundang-undangan di bidang merek dan indikasi geografis yang lebih memadai.

Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi melalui bidang perdagangan pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia. Mengingat akan hal tersebut, Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting.

Sejarah merek dapat di telusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia. Di era yang sama bahkan bangsa Mesir menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah Rajanya. Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statue of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek

untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.²

Penggunaan merek dagang dalam pengertian yang kita kenal sekarang ini mulai dikenal tidak lama setelah revolusi industri pada pertengahan abad XVII. Pada saat itu sistem produksi yang berasal dari abad pertengahan yang lebih mengutamakan keterampilan kerja tangan, berubah secara radikal sebagai akibat digunakannya mesin-mesin dengan kapasitas produksi yang tinggi. Akibatnya terkumpul hasil produksi dalam unit-unit yang besar dan membutuhkan sistem distribusi yang baru guna penyaluran barang-barang tersebut dalam masyarakat.³

Dengan Perkembangan industri yang besar ini, berkembang pula dalam penggunaan sistem iklan sebagai alat untuk memperkenalkan nama produk yang diproduksi. Maka dari itu dari sektor penggunaan merek masuk dalam fungsi yang sangat modern, yaitu sebagai tanda pengenal akan asal dari produk yang diproduksi.

Dengan adanya iklan-iklan yang menampilkan sebuah produk, maka di situlah iklan memunculkan sebuah nama produk atau biasa disebut dengan merek produk yang bertujuan untuk memperkenalkan merek produk kepada konsumen. Definisi dari merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 1 ayat (1)) merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari

² Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2007, hlm. 159.

³Rahmi Jened, *Trademark Law*, PT. Fajar Interpertama Mandiri, Jakarta, 2015, hlm.1-2.

unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan atau jasa.

Merek merupakan salah satu hal yang dihasilkan oleh keterampilan atau kemampuan intelektual seseorang dalam menciptakan sebuah karya yang berupa produk barang atau jasa, dan di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia merek mempunyai hak yang sangat melekat yaitu hak atas merek. Di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 1 ayat (5)) menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek sendiri tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Perkembangan dalam bidang perdagangan barang atau jasa sekarang ini sangat pesat tidak hanya terjadi di dalam satu lokasi perdagangan atau pasar tetapi dengan adanya kemajuan teknologi bidang perdagangan atau jasa sudah mulai merambah dalam dunia digital. Ada beberapa dampak positif dan dampak negatif yang dialami oleh pihak produsen dengan berkembangnya teknologi dan informasi dalam bidang perdagangan barang atau jasa melalui dunia digital. Salah satu dampak positifnya bagi pihak produsen yaitu memudahkan produsen untuk memasarkan sebuah barang atau jasa yang telah dihasilkan lebih mudah dan bisa mencakup semua konsumennya yang berada di luar jangkauan dari lingkup pasar, tidak terlepas dari dampak positif maka ada pula dampak negatif bagi seorang produsen yaitu Ketika barang atau jasa yang dihasilkan sudah berhasil dalam

pemasaran maka di sisi lain akan ada pihak yang tidak beritikad baik untuk menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas merek yang sudah terdaftar⁴, sehingga konsumen tertipu terhadap merek yang sama dibuat oleh pihak lain yang tidak beritikad baik. Inilah yang terjadi diberbagai wilayah Indonesia terdapat kasus peniruan barang terhadap merek dari luar negeri

maupun dalam negeri, banyaknya peminat barang palsu ini disebabkan oleh adanya harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga barang asli. Penulis juga mengetahui dari pihak pemilik produk kaus/ *clothing* sendiri bahwa pernah terjadi kasus peniruan merek terhadap produk kaus/ *clothing* yang diperjualbelikan melalui salah satu platform media sosial *Instagram*.

Penulis juga mengutip berita dari halaman website Detik Finance bahwa Jakarta - Vans Inc, perusahaan raksasa sepatu asal Amerika Serikat akhirnya berhasil memenangkan gugatannya terhadap pengusaha lokal asal Tangerang yang diduga ikut meniru merek Vans⁵. Dalam sidang putusan gugatan hak merek di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, Hakim Ketua Bayu Isdiatmoko mengatakan tergugat yakni Kim Sung Soo terbukti telah mendaftarkan merek Vans pada 21 Maret 2007 dalam kategori Kelas 18. Dan merek Vans of The Top yang didaftarkan tersebut di atas mempunyai kepentingan hak, bahwa kemudian perlu dipertimbangkan, bahwa memiliki

6. ⁴ Casavera, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 5-

⁵ <https://finance.detik.com>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, pukul 15.55 WIB

persamaan pada pokoknya dengan penggugat (Vans Inc). Karena ada unsur-unsur yang menonjol antara merek satu dengan yang lain serta kesamaan bentuk dan tulisan atau kombinasi Majelis berpendapat terdapat persamaan pada pokoknya. Dipertimbangkan bahwa merek tergugat didasarkan itikad tidak baik, bahwa permohonan dengan itikad tidak baik adalah untuk mendompleng, membonceng. Merek Vans Inc (penggugat) adalah merek terkenal dan penggunaan merek tergugat dapat mengecoh, Gugatan penggugat (Vans Inc) dikabulkan seluruhnya. Mengadili menolak eksepsi tergugat dengan pokok perkara mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya, Sebelumnya,

gugatan Vans Inc melawan Kim Sung Soo ini adalah berkaitan dengan terkait dengan sengketa merek Vans, di mana sidang siang ini digelar dengan agenda kesimpulan. Dalam berkas gugatan yang didaftarkan di bawah registrasi No.39/MERREK/2010/PN.NIAGA.JKT.PST, Vans Inc yang diwakili oleh kuasa hukum dari kantor hukum Hadiputranto Hadinoto and Partner, menggugat pengusaha lokal Kim Sung Soo. Dalam dokumen gugatannya, penggugat memohon agar pengadilan membatalkan lima merek Vans dan logo yang terdaftar atas nama tergugat, yakni IDM000113990, IDM000108582, IDM000188574, IDM000135960, dan IDM000135962. Penggugat menilai tergugat telah beritikad tidak baik dalam mendaftarkan kelima merek Vans dan logo itu di Direktorat Merek Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Dengan adanya putusan tersebut, maka pemilik perusahaan sepatu Vans di Indonesia harus

menganti mereknya. Selain itu mereka juga didenda untuk menggantikan biaya peradilan.⁶

Fenomena di atas menunjukkan bahwa kasus tersebut tidak hanya terjadi di kalangan sebuah produksi barang kaos/ *clothing* tidak hanya terjadi di wilayah Semarang tetapi masih banyak di wilayah-wilayah lain seperti di Surakarta dengan kasus yang sama yaitu kasus peniruan merek Nimco dan dijual melalui platform media sosial dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga asli.

Pelanggaran peniruan merek Nimco sepengetahuan penulis berupa kaos Nimco yang dijual di Pasar Jamus Karanganyar. Menurut penjelasan Bapak Joko

salah seorang pedagang di Pasar Jamus Karanganyar menerangkan bahwa kaos Nimco berasal dari pemberian sales secara langsung dengan harapan agar kaos tersebut dijual di Pasar Jamus Karanganyar, kaos Nimco yang diproduksi dari Jakarta tersebut kemudian dibeli Bapak Joko untuk dijual lagi di Pasar Jamus Karanganyar sesuai dengan harga standar yang ditetapkan. Penulis membeli kaos tersebut sebagai penemuan dan pemberitahuan kepada pihak Nimco bahwa kaos bermerek Nimco beredar di Pasar Jamus. Setelah melakukan wawancara dengan pihak Nimco, perihal masih ditemukannya produk-produk Nimco tidak asli yang dijual bebas di pasaran, pihak Nimco memberikan penjelasan bahwa kaos itu bukan merupakan produk asli Nimco, kaos tersebut mempunyai kualitas yang

⁶ <https://finance.detik.com>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2020, pukul 15.55 WIB.

rendah dari bahan kain yang sangat tipis, kasar, dan panas.⁷

Hal di atas menarik bagi penulis dalam fenomena tersebut yaitu Ketika Undang-Undang dengan jelas mengatakan bahwa “Barang siapa memperdagangkan barang dan jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)”, tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Pasal 102 ayat (1)).

Dalam perspektif Islam hukum pemalsuan barang juga dituliskan dalam hadist berikut ini :

Artinya : “*Tidak halal harta seseorang kecuali dengan ridha pemiliknya.*” (HR. Ahmad 5: 72)⁸.

Maka dari Hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa tindakan pemalsuan terhadap karya seseorang tidak dibenarkan dalam agama maupun dari kacamata hukum.

Sehubungan dengan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PRODUK KAUS/ CLOTHING MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 20**

⁷ Etik Ristiyani, *Perlindungan Hukum Bagi Pengusaha Clothing Terhadap Peniruan Merek Oleh Pihak Lain*, UMS, Surakarta, 2017, hlm. 2

⁸ <https://rumaysho.com>, diakses pada Tanggal 8 November 2020, Pukul 17.41 WIB

TAHUN 2016 TENTANG MEREK dan INDIKASI GEOGRAFIS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalahnya antara lain:

1. Bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum bagi terhadap pemilik merek Hornycupcakes menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Apa yang menjadi kendala dan solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek Hornycupcakes menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pemilik merek tersebut memperoleh suatu perlindungan hukum produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dan solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan utama yang hendak dicapai penelitian ini secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang hukum keperdataan mengenai pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.

2. Kegunaan Praktis

- a) Untuk memberi sumbangan pemikiran kepada masyarakat, aparatur pemerintah dan untuk para praktisi, akademisi, dan peneliti sehingga dapat menjadi bahan acuan dalam kajian ilmiah pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.
- b) Untuk memberi informasi bahwa adanya Undang-Undang tentang perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* bagi pihak pelaku usaha, konsumen, penulis penelitian.
- c) Sebagai pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum UNISSULA Semarang.

E. Terminologi

1. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Majone dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky

mengemukakan bahwa Pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.⁹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti kata Pelaksanaa yaitu proses, cara, perbuatan melaksanakan (rancangan, keputusan, dan sebagainya)¹⁰.

2. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum¹¹.

3. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹²

4. Kaus/ *clothing*

Kaus oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga

⁹ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002 hlm. 70

¹⁰ <https://kbbi.web.id/pelaksanaan>, diakses terakhir pada Tanggal 18 November 2020, Pukul 16.20 WIB

¹¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 133

¹² Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta, 2008, hlm. 95

sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau *poliester* (atau gabungan keduanya).¹³

F. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini dan penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode yuridis sosiologis. Pendekatan Yuridis Sosiologis adalah mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata.¹⁴

Yuridis digunakan untuk menganalisa berbagai peraturan perundangan – undangan yang terkait dengan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sedangkan sosiologis digunakan untuk menganalisa bekerjanya berbagai macam peraturan perundangan–undangan tentang pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Penggunaan metode pendekatan yuridis sosiologis dalam penelitian hukum ini disebabkan karena permasalahan yang diteliti erat kaitannya dengan faktor yuridis dan sosiologis. Maksudnya, obyek masalah yang diteliti disini tidak hanya menyangkut permasalahan yang

¹³https://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_oblong diakses pada tanggal 16 Oktober 2020, Pukul 16.01 WIB

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 51

diatur dalam peraturanperundang – undangan, melainkan masalah yang diteliti juga berkaitan dengan faktor sosiologis. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pelaksanaan Perlindungan Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan teori yang relevan kemudian dikumpulkan melalui data-data yang dikumpulkan, diolah, serta disusun secara teori yang ada untuk mendapatkan pemecahan masalah sesuai ketentuan yang berlaku. Spesifikasi penelitian deskriptif oleh Soerjono Soekanto dalam bukunya Pengantar Penelitian Hukum dijelaskan sebagai berikut:¹⁵

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin dengan manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya, serta hanya menjelaskan keadaan objek masalahnya tanpa bermaksud mengambil kesimpulan yang berlaku umum.

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 10

3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer sebagai data yang utama dan diperoleh langsung dari objeknya melalui wawancara dengan pelaku usaha, konsumen, pihak yang terkait dalam pelaksanaan perlindungan yang dimaksud wawancara dalam hal ini adalah mengadakan wawancara secara langsung dengan objek yang diteliti sehingga memperoleh data yang diperlukan.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya dan sebagai data pendukung dari data primer, tetapi melalui sumber lain baik melalui lisan maupun melalui tulisan. Data sekunder yang diperoleh dari bahan-bahan tertulis, yang terdiri dari:

4. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu berupa peraturan Perundang-Undangan antara lain:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

- c. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- d. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- f. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

5. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku literatur, jurnal, karya ilmiah, makalah-makalah dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek penelitian yang dapat membantu peneliti untuk mendapatkan informasi.

6. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum penunjang, mencakup bahan-bahan primer, sekunder dan tersier diluar bidang hukum, seperti kamus bahasa Indonesia, Kamus Hukum, internet dan yang lainnya yang dapat digunakan untuk melengkapi data penelitian.

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif yaitu data-data yang diperoleh selama proses penelitian kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis sehingga mencapai kejelasan permasalahan yang dibahas yaitu tinjauan yuridis sosiologis terhadap kajian hukum pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaos/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

Geografis.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dan pembahasan dalam skripsi ini. Maka penulis akan menguraikan sistematika penulisan yang dibagi dalam empat bab dan dilengkapi dengan sub bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab bagian ini terdiri dari sub-bahasan yang menjelaskan tentang kerangka-kerangka penulisan penelitian tentang pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang meliputi : Latar Belakang Permasalahan, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini berisi landasan teoritis hasil studi kepustakaan yang mengacu pada pokok-pokok permasalahan yang telah diuraikan pada Bab I, Dalam Bab II ini berisikan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu aspek hukum pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hal – hal yang diuraikan dalam Bab II antara lain meliputi: Tinjauan umum mengenai produk, Tinjauan mengenai Merek, Tinjauan mengenai Kekayaan Intelektual, Hak Kekayaan Intelektual menurut perspektif Islam

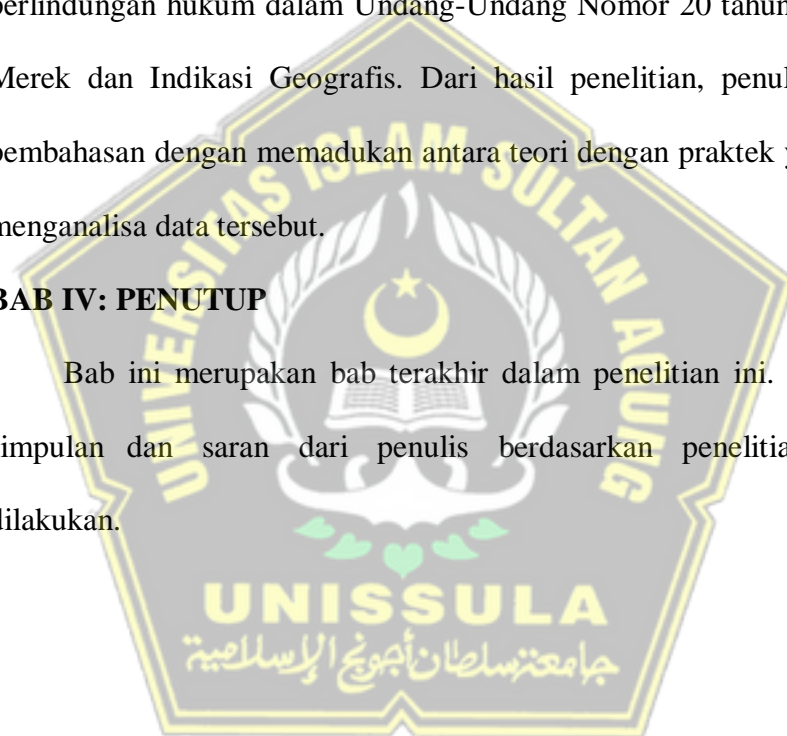
BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan mengenai hasil-hasil penelitian yang dilakukan terhadap kajian hukum upaya pelaksanaan perlindungan hukum bagi pemilik merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kendala-kendala dan solusi yang timbul dalam proses pelaksanaan perlindungan hukum dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dari hasil penelitian, penulis melakukan pembahasan dengan memadukan antara teori dengan praktek yang ada serta menganalisa data tersebut.

BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini. Bab ini berisi simpulan dan saran dari penulis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Produk Kaus/ *Clothing*

1. Tinjauan Kaus/ *Clothing* Hornycupcakes

Hornycupcakes adalah sebuah bentuk usaha industri yang didirikan oleh Krisna Dewangga, didirikan pada Tahun 2015. Hornycupcakes juga menjadi sebuah brand atau merek dalam hasil produksinya berupa kaus, kemeja, jaket, hoodie, dan lain-lain atau biasa disebut dengan clothing.

Dalam visi misi berbisnisnya hornycupcakes mengutamakan desain dan kualitas barang produksi yang berupa clothing. Nama hornycupcakes sendiri diambil dengan alasan utama agar terkesan unik dan berbedadengan brand yang lainnya sehingga pelanggan dapat mudah mengingatnya.

2. Pengertian dan Sejarah Singkat Kaus/ *Clothing*

Kaus oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau *poliester* (atau gabungan keduanya).

Pada abad 19 sampai awal abad 20, kaus/ *clothing* digunakan oleh tentara Amerika dan juga Inggris sebagai pakaian dalam. Para tentara memakai kaus saat cuaca sedang panas dan untuk kegiatan-kegiatan yang tidak memakai seragam.

Pada zaman itu kaus hanya digunakan oleh para tentara, karena masyarakat belum mengenal penggunaan kaus dalam kehidupan sehari-hari. Pada masa itu warna serta bentuk kaus belum bervariasi seperti sekarang. Kaus hanya berwarna putih, belum ada variasi ukuran, kerah, dan lingkaran lengan. Penamaan *T-shirt* sendiri tidak diketahui teorinya secara pasti. Alasan yang paling bisa diterima adalah nama *T-shirt* berasal dari bentuknya yang mirip dengan huruf T. Ada juga alasan lain yaitu karena para tentara memakai pakaian tersebut sebagai “*Training Shirt*” sehingga *T-shirt*.¹⁶

Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat sekarang kaus berkembang sangat pesat dan bahkan menjadi pakaian sehari-hari bagi umat manusia. Tidak hanya satu warna macam kaus polos tapi ada banyak model kaus, merek kaus, sablon kaus, design kaus, warna kaus, dan bahan kaus. Adapun yang menjadikan sebagai lahan bisnis seperti produksi kaus yang meliputi pembuatan bahan kaus, gambar/sablon kaus, *reseller*, *clothing* dan masih banyak lagi sektor bisnis kaus.

3. Pemalsuan Produk Kaus/ *Clothing*

¹⁶ <https://berkahkonveksi.com/pembahasan-kaos-oblong>, diakses pada Tanggal 20 November 2020, Pukul 09.10 WIB

Pemalsuan berasal dari kata palsu yang berarti “tidak tulen, tidak sah, tiruan, gadungan, sedangkan pemalsuan masih dari sumber yang sama diartikan sebagai proses, cara, perbuatan memalsu”. Palsu menandakan suatu barang tidak asli, sedangkan pemalsuan adalah proses pembuatan sesuatu barang yang palsu. Sehingga dengan demikian dari kata pemalsuan ada terdapat pelaku, ada barang yang dipalsukan dan ada tujuan pemalsuan¹⁷.

Adami Chazawi mengatakan kejahatan mengenai pemalsuan atau disingkat kejahatan pemalsuan adalah berupa kejahatan yang di dalamnya mengandung unsur keadaan ketidakbenaran atau palsu atas sesuatu (obyek) yang sesuatunya itu tampak dari luar seolah-olah benar adanya padahal sesungguhnya bertentangan dengan yang sebenarnya¹⁸.

Kejahatan pemalsuan adalah kejahatan yang di dalamnya mengandung sistem ketidakbenaran atau palsu atas suatu hal (objek) yang sesuatunya itu nampak dari luar seolah-olah benar adanya, padahal sesungguhnya bertentangan dengan yang sebenarnya¹⁹.

Pemalsuan dapat juga diartikan sebagai suatu perbuatan yang disengaja meniru suatu karya orang lain untuk tujuan tertentu tanpa izin yang bersangkutan illegal / melanggar hak cipta orang lain²⁰.

¹⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta, 2008, hlm. 817

¹⁸ Adami Chazawi, *Pelajaran Hukum Pidana*, Rajawali Pers, Jakarta, 2008, hlm. 3

¹⁹ Ismu Gunadi dan kawan-kawan, *Cepat Mudah Memahami Hukum Pidana*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2011, hlm. 89

²⁰ <http://www.qolbu27.blogspot.com/2010/06/tindak-pidana-terhadap-pemalsuan.html>.

Perbuatan pemalsuan dapat digolongkan pertama-tama dalam kelompok kejahatan “penipuan”, tetapi tidak semua perbuatan penipuan adalah pemalsuan. Perbuatan pemalsuan tergolong kelompok kejahatan penipuan, apabila seseorang memberikan gambaran tentang sesuatu keadaan atas sesuatu barang (surat) seakan-akan asli atau kebenaran tersebut dimilikinya. Karena gambaran ini orang lain terpedaya dan mempercayai bahwa keadaan yang digambarkan atas barang/ surat tersebut itu adalah benar atau asli. Pemalsuan terhadap tulisan/ surat terjadi apabila isinya atas surat itu yang tidak benar digambarkan sebagai benar. Definisi ini terlalu luas, hingga dapat termasuk semua jenis penipuan. Menurut seorang sarjana, kriteria untuk pemalsuan harus dicari didalam cara kejahatan tersebut dilakukan. Perbuatan pemalsuan yang terdapat dalam KUHP menganut asas:

- a. Disamping pengakuan terhadap asas hak atas jaminan kebenaran/ keaslian sesuatu tulisan/ surat, perbuatan pemalsuan terhadap surat/tulisan tersebut harus dilakukan dengan tujuan jahat.
- b. Berhubung tujuan jahat dianggap terlalu luas harus disyaratkan bahwa pelaku harus mempunyai niat/ maksud untuk menciptakan anggapan atas sesuatu yang dipalsukan sebagai yang asli atau benar.

Kedua hal tersebut tersirat dalam ketentuan-ketentuan mengenai

pemalsuan uang yang dirumuskan dalam Pasal 244 dan mengenai pemalsuan tulisan/ surat dalam Pasal 263 dan Pasal 270, maupun mengenai pemalsuan nama/ tanda/ merek atas karya ilmu pengetahuan atau kesenian dalam Pasal 380. Pasal-pasal tersebut memuat unsur niat/ maksud untuk menyatakan bagi sesuatu barang/ surat yang dipalsukan seakan-akan asli dan tidak dipalsukan (Pasal 244) atau “untuk mempergunakannya” atau “menyuruh untuk dipergunakannya” (Pasal 253 dan 263) sedangkan dalam pemalsuan barang (Pasal 386) sistem tersebut tidak dianut²¹.

B. Tinjauan Umum Mengenai Merek

1. Landasan Hukum Merek

Berdasarkan Pasal 1 Undang-undang No.14 Tahun 1997 jo Undang-undang No.15 Tahun 2001, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan barang atau jasa.

Undang-Undang diatas telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan Hukum atas merek sendiri berdasarkan aturan sesuai dengan KUHPerdara pada pasal 1365 tentang tindakan yang merugikan berbagai pihak sehingga pihak tersebut mengalami kerugian.

²¹ http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/chapter_ii/06210094-susilawati-ningsih.ps, Diakses pada Tanggal 20 November 2020, Pukul 15.51 WIB

2. Pengertian Merek

Merek menurut Yusran Isanaini adalah “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 atau jasa”. Menurut Prof. Molengraaf merek adalah dengan mana di pribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukkan asal barang dan jaminan

kualitasnya sehingga di bandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain. Menurut H.M.N PurwoSutjipto merk dapat diartikan suatu tanda dengan mana suatu benda tertentu di pribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis²².

Pengertian merek yang dijelaskan pada Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merk dan Indikasi Geografis adalah merupakan 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 atau jasa.

Merek adalah suatu tanda, dengan nama suatu benda tertentu di pribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis. Suatu merk pabrik atau merk perniagaan adalah suatu tanda yang dibutuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya dengan tujuan

²² Muhammad Djumhana & R. Djubaidillah, *Hak Milik Intelektual*, PT. Citra AdityaBakti, Bandung, 1993, hlm. 121

membedakan barang itu dengan barang-barang sejenis lainnya²³.

Merek juga berfungsi sebagai penanda dari produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa yang dibuat tersebut merupakan barang atau jasa yang sejenis, sehingga perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Sejenis disini bahwa barang atau jasa yang diperdagangkan harus termasuk dalam kelas barang atau jasa yang sama.

Fungsi merek diantaranya²⁴.

a. Fungsi Indikator Sumber

Merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional.

b. Fungsi Indikator Kualitas

Merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi.

c. Fungsi Sugestif

Merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut,

²³ O.K., Saidin, *Pengembangan Hukum Bisnis*, Yayasan Pengembangan Bisnis, Jakarta, 2005, hlm. 358

²⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung, 2003, hlm. 322

3. Asas-asas dan prinsip Merek

First to File dalam Pemberian Perlindungan Merek Pada umumnya, negara-negara dengan sistem hukum Civil Law termasuk Indonesia, menganut sistem First to file dalam memberikan hak atas merek. Berdasarkan sistem First to file tersebut, pemilik merek, termasuk merek terkenal, harus mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk memperoleh hak eksklusif atas mereknya dan perlindungan hukum. Hak eksklusif tidak dapat diperoleh pemilik merek hanya dengan menunjukkan bukti-bukti bahwa ia adalah pemakai pertama merek tersebut di Indonesia²⁵.

First-to-file sistem berarti bahwa pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran diberi prioritas untuk mendapatkan pendaftaran merek dan diakui sebagai pemilik merek yang sah.

4. Jenis Merek

Menurut Rahmi Jened, merek (trademark) sebagai tanda daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang atau jasa. Untuk itu merk harus memiliki elemen²⁶.

- a. tanda dengan daya pembeda
- b. tanda tersebut harus digunakan
- c. untuk perdagangan barang atau jasa

²⁵ <https://www.hukumonline.com/>. Di akses pada Tanggal 13 Agustus 2021, Pukul 12.59 WIB

²⁶ Rahmi Jened, *Hukum Merk Trademark Law DALAM Era Global Integrasi Ekonomi*, Prenada Media Group , Jakarta, 2015, hlm. 6

Jenis merek dijelaskan pada Pasal 2 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu merek sebagaimana diatur dalam undang-undang ini meliputi merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 angka 2 menjelaskan merek dagang yaitu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama taat badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis. Sedangkan merek jasa dijelaskan pada Pasal 1 angka 3 yaitu merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum yang membedakan jasa-jasa sejenisnya.

Merek dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis yang dikenal di masyarakat, diantaranya yaitu:

a. Merek Biasa (*Normal Marks*)

Disebut juga sebagai normal mark yang tergolong kepada merek biasa adalah merek yang tidak memiliki reputasi tinggi. Merek yang berderajat biasa ini dianggap kurang memberi pancaran simbolis gaya hidup, baik dari segi pemakaian dan teknologi, masyarakat atau konsumen melihat merek tersebut kualitasnya rendah. Merek ini dianggap tidak memiliki drawing power yang mampu memberi sentuhan keakraban dan kekuatan mitos (*mysical power*) yang sugesif kepada masyarakat dan konsumen dan tidak mampu membentuk lapisan pasar dan

pemakai.

b. Merek Terkenal (*Well Known Marks*)

Merek terkenal biasa disebut sebagai *well known mark*. Merek jenis ini memiliki reputasi tinggi karena lambangnya memiliki kekuatan untuk menarik perhatian. Merek yang demikian itu memiliki kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang apa saja yang berada dibawah merek ini langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar attachment*) dan ikatan mitos (*famous mark*).

c. Merek Termahsyur (*Famous Marks*)

Tingkat derajat merek yang tertinggi adalah merek termahsyur. Sedemikian rupa tingkat termahsyurnya di seluruh dunia, mengakibatkan reputasinya digolongkan sebagai merek aristokrat dunia. Derajat merek termahsyurpun lebih tinggi daripada merek biasa, sehingga jenis barang apa saja yang berada di bawahnya merek ini langsung menimbulkan sentuhan mitos. Oleh karena definisi tersebut bagi yang mencoba, besar sekali kemungkinannya akan terjebak dengan perumusan tumpang tindih merek terkenal²⁷.

Merek juga dapat dibedakan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dari produk atau jasa yang ditawarkan, merek dikelompokkan kedalam 3 jenis yaitu:

²⁷ M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merk Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 1992*, PT. Ccitra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hlm. 80

a. Merek Fungsional (*functional Brand*)

Merek fungsional adalah merek-merek yang dirancang untuk menghasilkan persepsi terhadap kinerja ataupun nilai ekonomis dari sebuah produk atau jasa.

b. Merek Citra (*Image Brand*)

Biasanya merek ini memberikan manfaat berupa keuntungan bagi si pemakai merek untuk mengekspresikan diri mereka. Merek dianggap akan mampu mendongkrak citra dari pengguna produk atau jasa.

c. Merek Eksperiensial (*Experiential Brand*)

Merek ini adalah sebuah identitas yang membuat kita sebagai konsumen merasa seperti mengingat waktu, suasana, tempat yang pernah kita alami di masa lampau.²⁸

5. Hak Merek

Black's Lw Dictionary merek kolektif di definisikan sebagai merek yang dimiliki oleh suatu organisasi, digunakan oleh anggota mereka untuk mengidentifikasi diri mereka dengan tingkat kualitas dan akurasi, asal geografis atau karakteristik lain yang ditetapkan oleh organisasi. Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan hak merek yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan

²⁸ <https://bisnisukm.com>, terakhir diakses pada tanggal 25 Januari 2021, pukul 19.40 WIB

sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Hak merek berfungsi sebagai suatu monopoli karena hanya pemilik merek yang dapat menggunakan merek tersebut. Hak merek bukan merupakan monopoli mutlak karena apabila jangka waktu 19 perlindungan merek telah habis dan pemilik merek tidak memperpanjang waktu perlindungan tersebut, maka pihak lain dapat menggunakannya. Hak atas merek dapat dipertahankan terhadap siapapun juga, pihak yang tidak berhak tidak bisa menggunakan merek sebagai hak eksklusif. Suatu merek menjadi hak yang semata-mata diperuntukkan bagi pemilik merk atau pihak lain yang diperbolehkan memanfaatkan hak tersebut dengan seizin pemilik merek²⁹.

Hak merek menimbulkan hak ekonomi (*economic right*) bagi pemiliknya karena hak merek merupakan hak eksklusif, maka hanya pemilik merek saja berhak atas hak ekonomi dari suatu merek. Hak ekonomi adalah suatu hak untuk memperoleh keuntungan ekonomi atas kekayaan intelektual. Hak ekonomi tersebut berupa keuntungan sejumlah uang yang diperoleh karena menggunakan sendiri merk atau karena menggunakan oleh pihak lain berdasarkan lisensi. Hak ekonomi pada merk terbatas hanya 3 (tiga) jenis yaitu: penggunaan sendiri, penggunaan melalui lisensi merk dagang, lisensi

²⁹ Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2003, hlm.

merek jas tanpa variasi lain³⁰.

6. Perbuatan Yang Merupakan Bentuk-Bentuk Pelanggaran Pemalsuan Merek

Prinsipnya sesuai prinsip hukum merek, pelanggaran merek dapat dikategorikan, yaitu:

- a. Pelanggaran berupa persamaan pada pokoknya yang menyebabkan persamaan yang membingungkan tentang sumber afiliasi atau koneksi. Secara tradisional merek bertujuan untuk memungkinkan konsumen membedakan satu produsen dari produsen lainnya, memungkinkan konsumen mampu membuat pilihan pembelian berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Di samping itu, merek menyediakan insentif bagi perusahaan untuk memproduksi barang dan/atau jasa yang berkualitas dan juga untuk melindungi investasi perusahaan dalam rangka membangun reputasi³¹.

Isu hukumnya “bagaimana kita dapat melindungi pilihan konsumen berdasarkan pengamatan konsumen sebelumnya berdasarkan reputasi produsennya?” Jawabannya adalah standar persamaan yang membingungkan (*likelihood of confusion*). Di bawah standar “*likelihood of confusion*”, maka:

- 1) Merek tidak harus identik sama secara keseluruhan (*mark need*

³⁰ Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2003, hlm. 131

³¹ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2015), hlm. 312

not to be identical),

2) Barang tidak harus sama dan bersaing (*Goods need not be competing*),

3) Tidak harus membingungkan semua konsumen (*Need not confuse all consumers*)

b. Pemalsuan atau penggunaan merek yang secara substansial tidak memiliki daya pembeda (merek identik) disyaratkan pengetahuan penggunaan untuk dapat dinilai merugikan dan dikenai sanksi pidana.

Prinsipnya setiap tindakan untuk menggunakan merek identik untuk produk identik (*double identity*) adalah secara nyata merupakan tindakan pemalsuan (*counterfeiting*). Namun dalam hal ini menarik untuk dikaji isu hukum “apakah produk asli (*genuine product*).

Teori pemalsuan (*counterfeiting*) muncul dalam kasus pengiklanan untuk menjual (*advertising*), pengemasan ulang (*repackaging*), perbaikan dan pengkondisian ulang (*repair and reconditioning*). Contoh kasus, seseorang mengiklankan untuk menjual mobil bekasnya Ferrary Day Tona, Ferrary menggugat penjual pemilik mobil tersebut karena telah mengiklankan untuk dijual mobil dengan kemasan dagang (*trade dress*) dan mereknya tersebut secara tanpa izin³².

³² Ahmadi Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 42

- c. Pelanggaran dilution/persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal.

Doktrin dilution yang secara konseptual sebagai basis yang berbeda dengan perlindungan yang berasal dari Inggris (tradisi common law). Konsep ini diperkenalkan pertama kali di Amerika pada 1920 melalui kesaksian secara tertulis dan tersumpah dari Frank Schechter, walaupun di negara lain juga memiliki doktrin yang lebih kurang seperti dilution, namun kurang dikembangkan dan dieksplor. Dalam kasus dilution sebagai perlindungan merek terkenal ada tiga hal yang harus ditunjukkan:

- 1) *Trademark is well-known or has reputation.* (merek merupakan merek terkenal atau memiliki reputasi).
- 2) *Similarity of trademark but goods and services are dissimilar.* (Merek memiliki persamaan pada pokoknya khususnya untuk barang yang tidak sejenis).
- 3) *There is dilution or tarnishment or blurring reputation without due cause.* (Ada penggunaan yang bersifat penipisan, pemudaran, dan pengaburan secara tanpa hak³³).

- d. Pendaftaran dan penggunaan merek terkenal di internet (*cybersquatting*).

Kasus pendaftaran merek terkenal (*wellknown*) oleh pihak lain secara tidak sah di internet dengan maksud untuk menjualnya

³³ Dwi Rezki Sri Astarini, *Penghapusan Merek Terdaftar*, PT. Alumni, Jakarta, 2009, hlm.

dengan harga tinggi kepada merek yang sebenarnya disebut *cybersquatting*. Beberapa kasus yang mengedepan adalah *Burgerking One Million Case* di mana tergugat mencoba menjual *Domain Names Burgerking co.uk* sebesar £125.000 kepada pihak Burgerking.

Beberapa *Domain Names* merek terkenal (*wellknown trademark*) seperti *windows.com*, *Mc.donald.com*, ternyata terdaftar oleh pihak lain bukan pemilik merek sebenarnya. Termasuk dalam pelanggaran merek berupa *cybersquatting* adalah penggunaan nama (terkenal) orang lain sebagai *Internet Domain Name*.

e. Penggunaan karakter dalam pemasaran (*character merchandising*)

Penggunaan karakter dalam pemasaran, seperti karakter Winnie The Pooh, Donald Duck, Tweety, dan lain-lain sebagai merek atau langsung dipakai dalam produk adalah pelanggaran. Penggunaan reputasi berbagai karakter fiksi untuk memberikan nama dan menambah popularitas suatu produk, padahal produk tersebut tidak memiliki kaitan langsung dengan karakter tersebut, berpotensi melanggar hak pihak-pihak yang menciptakan karakter tersebut³⁴.

7. Pertanggungjawaban Pelanggaran Pemalsuan Merek

Motivasi pemalsuan merek terkenal yang banyak dilakukan

³⁴ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bamdung, 2000, hlm. 52

industri rumahan yaitu untuk mendapatkan keuntungan secara mudah, dengan meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal. Tidakan tersebut dapat merugikan pemilik dan juga masyarakat sebagai konsumen.

Pertanggungjawaban hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku pemalsuan merek, yaitu:

a. Pertanggungjawaban Perdata

Pemakaian merek tanpa hak dapat digugat berdasarkan perbuatan yang melanggar Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu :

“Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang karena salahannya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”

Pasal di atas menyebutkan bahwa pengugat harus bisa membuktikan bahwa kepada hakim bahwa dirinya mengalami kerugian yang diakibatkan karena perbuatan tergugat. Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap orang atau badan hukum yang menggunakan merek yang sama, baik pokoknya maupun keseluruhannya tanpa hak, berupa permohonan ganti rugi dengan penghentian pemakaian merek, hal ini diatur dalam pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu:

1) Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek

terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa:

- a) gugatan ganti rugi; dan/atau
- b) penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut

Gugatan dan ganti rugi tidak hanya dapat dilakukan oleh pemilik merek akan tetapi pemilik lisensi dari merek bersangkutan dapat melakukan gugatan dan ganti rugi kepada merek tersebut. Hak untuk mengajukan gugatan tidak mengurangi hak dari negara untuk melakukan tuntutan tindak pidana dibidang merek.

b. Pertanggungjawaban Administrasi

Banyaknya pelanggaran terhadap merek yang dilakukan oleh pelaku industri sebenarnya negara dapat menggunakan kekuasaan untuk melindungi pemilik merek yang sah. Penggunaan kekuasaan negara tersebut melalui kewenangan administrasi negarakhhususnya oleh Badan Standar Industri. Barang yang menggunakan merek yang tidak sah dapat diduga tidak memenuhi standar industri yang telah di tentukan, baik komposisi maupun kualitasnya.

c. Pertanggungjawaban Pidana

Pelanggaran atas merek dapat dikenakan Pasal 382 KUHP tentang kejahatan persaingan curang. Ketentuan tersebut sebagai

berikut :

“Barangsiapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seseorang tertentu, diancam dengan persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah, bila perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain”

Kententuan pidana tersebut memang tidak dengan tegas dan jelas menyebutkan untuk perbuatan pelanggaran hak atas merek, karena merupakan *lex generalis* yang tujuannya dapat menampung segala jenis persaingan curang di bidang perdagangan. Pelanggaran hak atas merek yang berupa peniruan atau penggunaan merek orang lain tanpa izin, maupun memperdagangkan barang dengan merek bajakan dapat dikategorikan masuk dalam perbuatan persaingan curang dengan syarat dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek. Berhubungan dengan merek juga disebut dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) mengenai perbuatan yang dilarang yang berkaitan dengan merek, diantaranya, diatur pada Pasal 393 KUHP, yaitu :

- 1) “Barang siapa memasukkan ke Indonesia tanpa tujuan jelas untuk mengeluarkan lagi dari Indonesia, menjual, menamarkan,

menyerahkan, membagikan atau mempunyai persediaan untuk dijual atau dibagi-bagikan. barang-barang yang diketahui atau sepatutnya harus diduganya bahwa padabarangnya itu sendiri atau pada bungkusnya dipakaikan secara palsu, nama firma atau merek yang menjadi hak orang lain atau untui menyatakan asalnya barang, nama sehuah tempat tertentu, dengan ditambahkan nama atau firma yang khayal, ataupun pada barangnya sendiri atau pada bungkusnya ditirukan nama, firma atau merek yang demikian sekalipun dengan sedikit perubahan, diancam dengan pidana penjara paling lama empat bulan dua minggu atau pidana denda paling banyak sembilan ribu rupiah.

- 2) Jika pada waktu melakukan kejahatan belum lewat lima tahun sejak adanya pemidanaan yang menjadi tetap karena kejahatan semacam itu juga dapat dijatuhkan pidana penjara paling lama sembilan bulan.”

Rumusan perbuatan-perbuatan tersebut dapat dikelompokan, antara lain:

- 1) Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapapun, baik itu menaruhkan sesuatu yang palsu dengan maksud menggunakan atau menyuruh orang lain untuk menggunakan barang itu seolah-olah merek atau tanda yang ditaruhkan itu asli dan tidak palsu.
- 2) Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapapun dalam hal ini

menaruhkan merek atau tanda pada barang yang dengan melawan hak memakai cap yang asli.

- 3) Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapapun dalam hal ini menambahkan Merek negara asli atau tanda pembuat yang dikehendaki oleh, di mana, pada, atau atas barangbarang lain yang terbuat dari emas atau perak dengan maksud akan menggunakan atau menyuruh orang lain menggunakan barang itu, seolah-olah merek atau tanda itu mula-mulanya ditaruhkan pada barang itu.

Ketentuan sanksi pidana yang mengatur khusus tindakan pelanggaran merek, diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu pada BAB XVIII, Pasal 100 sampai 102. Ketentuan khusus ini sesuai dengan asas hukum *lex specialis* dapat menyampingkan ketentuan yang termuat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana terhadap aturan yang memiliki kesamaan. Berikut bunyi pasal yang mempertegas adanya sanksi pidana dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu:

Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek danIndikasi Geografis:

- 1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi

dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

3) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)

Pasal 101 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang

Merek dan Indikasi Geografis:

1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak

Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

- 2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)

Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis:

- 1) Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)

Substansi Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ini sangat jelas dan tegas melindungi hak merek yang terdaftar dengan memberikan jaminan sebuah hak eksklusif dan substansi Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis ini sangat jelas dan tegas melindungi hak merek yang terdaftar dengan memberikan jaminan

sebuah hak eksklusif dan memberikan sanksi-sanksi yang tegas kepada oknum pelanggar hak merek atas persamaan pada pokoknya atau keseluruhan.

C. Tinjauan Umum Tentang Merek Sebagai Bagian Dari HaKI Menurut Hukum Islam

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak atas Kekayaan Intelektual adalah suatu hak yang timbul dari hasil olah pikir manusia, yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia³⁵. Sedangkan menurut Ismi Hariyani dalam bukunya menyebutkan bahwa Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atau Intellectual Property Rights adalah hak hukum yang bersifat eksklusif (khusus) yang dimiliki oleh para pencipta/penemu sebagai hasil aktivitas intelektual dan kreativitas yang bersifat khas dan baru.³⁶

Dalam prinsipnya HaKI berbeda dengan Hak Milik Kebendaan karena HaKI bersifat tidak nyata sehingga tidak mudah hilang, tidak dapat disita, dan lebih langgeng. HaKI mengenal adanya hak moral di mana nama pencipta/penemu tetap melekat bersama hasil ciptaan/temuannya meskipun hak tersebut telah dialihkan kepada pihak lain. HaKI juga mengenal adanya hak ekonomi di mana para pencipta, penemu, dan masyarakat dapat mengambil manfaat

³⁵ Syafrinaldi, Fahmi dan M. Abdi Almaktsur, *Hak Kekayaan Intelektual*, Suska Press, Pekanbaru 2008, hlm. 18

³⁶ Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAki yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, Cet 1, hlm. 16

ekonomis dari suatu karya cipta atau temuan.

HaKI merupakan hak privat di mana seorang pencipta/penemu bebas mengajukan ataupun tidak mengajukan permohonan pendaftaran karya intelektualnya. Sedangkan pemberian hak eksklusif kepada para pelaku HaKI (pencipta, penemu, pendesain, dan sebagainya) dimaksudkan sebagai penghargaan atas hasil karya kreativitasnya, sehingga orang lain ikut terangsang untuk mengembangkan lebih lanjut. Pengembangan HaKI ditentukan melalui mekanisme pasar yang sehat dan diarahkan untuk memajukan masyarakat, sehingga HaKI mengenal adanya pembatasan

tertentu untuk melindungi kepentingan masyarakat. Sistem HaKI mendorong adanya sistem dokumentasi yang baik sehingga dapat mencegah timbulnya ciptaan atau temuan yang sama. Melalui dokumentasi HaKI yang baik maka individu-individu dalam masyarakat didorong untuk selalu kreatif dan inovatif menghasilkan karya-karya intelektual yang khas dan baru demi kemajuan bangsa dan peradaban umat manusia³⁷.

Ada 4 prinsip dasar dalam sistem HaKI untuk menyeimbangkan kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat³⁸:

- i. Prinsip Keadilan: Para investor berhak mendapatkan imbalan berupa materi maupun imateri atas karyanya berdasarkan kemampuan intelektualnya.

³⁷ Syafrinaldi, Fahmi dan M. Abdi Almaktsur, *Hak Kekayaan Intelektual*, Suska Press, Pekanbaru 2008, hlm. 19

³⁸ *Ibid*, hlm.17

- ii. Prinsip Ekonomi: Hak Kekayaan Intelektual yang dituangkan dalam berbagai bentuk kepada publik memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia
- iii. Prinsip Kebudayaan: Perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia.
- iv. Prinsip Sosial: Hukum berfungsi menyeimbangkan kepentingan individu dengan masyarakat, terlebih dalam dunia global yang memandang bahwa seluruh komunitas manusia di seluruh belahan dunia adalah satu masyarakat,

2. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual Menurut Islam

Konsep hak milik pribadi dalam Islam bersifat unik, dalam arti bahwa pemilik mutlak segala sesuatu yang ada di bumi dan di langit adalah Allah (QS. Ali Imran: 189). Pada umumnya terdapat ketentuan syariah yang mengatur hak milik pribadi, yaitu³⁹:

- a. Pemanfaatan harta benda secara terus menerus
- b. Pembayaran zakat sebanding dengan harta benda yang dimiliki
- c. Penggunaan harta benda secara berfaedah
- d. Penggunaan harta benda tanpa merugikan orang lain
- e. Memiliki harta benda yang sah
- f. Penggunaan harta benda tidak dengan cara boros atau serakah
- g. Penggunaan harta benda dengan tujuan memperoleh

³⁹ Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bhakti, Jakarta, 1997, hlm. 72-73

keuntungan atashaknya

h. Penerapan hukum waris yang tepat dalam Islam

Pada dasarnya dalam Islam Hak Cipta sendiri di sebut dengan Hak Ibtikar, Hak Ibtikar secara bahasa berarti awal sesuatu atau permulaan. Ibtikar dalam fiqh Islam adalah hak kreasi atau hak cipta yang dihasilkan seseorang untuk pertama kali, yang dalam dunia ilmu pengetahuan Ibtikar dikenal dengan hak cipta.

Pengertian Ibtikar tidak ditemukan dalam literatur fiqh klasik, kajian tentang Ibtikar secara mendalam dari para ahli hukum Islam juga jarang ditemukan. Pembahasan hak Ibtikar dapat dilacak dalam kitab fiqh kontemporer. Fathi ad-Duraini, menyatakan bahwa Ibtikar adalah gambaran pemikiran yang dihasilkan seorang ilmuwan melalui kemampuan pemikiran dan analisisnya dan hasilnya merupakan penemuan atau kreasi pertama, yang belum dikemukakan ilmuwan sebelumnya. Didefinisikan mengandung pengertian bahwa dari segi bentuk, hasil pemikiran itu tidak terletak pada materi yang berdiri sendiri yang dapat diraba dengan alat indra manusia, tetapi pemikiran itu baru berbentuk dan punya pengaruh apabila telah dituangkan kedalam tulisan, media atau logo dan lain-lain. Kemudian hasil pemikiran itu bukan jiplakan atau saduran atau pengulangan dari pemikiran ilmuwan sebelumnya dan bukan pula berbentuk saduran. Akan tetapi ibtikar ini bukan berarti sesuatu yang baru sama sekali, tetapi boleh berbentuk suatu penemuan sebagai perpanjangan dari

teori ilmun sebelumnya seperti penerjemahan hasil pemikiran orang lain kedalam bahasa asing.. Penerjemahan dapat dimaukkan kedalam kategori ibtikar karena adanya usaha dan kemampuan bahasa penerjemah untuk menyebarluaskan suatu karya ilmiah, meskipun pemikiran aslinya bukan muncul dari penerjemah⁴⁰

3. Ruang Lingkup HaKI Secara Umum dan Menurut Islam

Secara Umum hukum HaKI dibagi menjadi dua bagian, yaitu⁴¹:

a. Hak cipta (*copyrights*)

Yaitu hak eksklusif atau hak yang hanya dimiliki si Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengatur penggunaan hasil karya atau hasil olah gagasan atau informasi tertentu.

b. Hak kekayaan industri (*industrial property rights*)

1) Paten, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada investor atas hasil Invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri Invensinya tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

2) Merek atau merek dagang, yaitu 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.

⁴⁰ Angga Narya Shahara, *Hak Atas Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Islam*, Diakses pada Tanggal 20 November 2020, Pukul 19.03 WIB

⁴¹ Haris Munandar, dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*, Erlangga Group, Jakarta, 2011, hlm. 3

atau jasa.

- 3) Desain industri, yaitu suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripada yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.
- 4) Desain tata letak sirkuit terpadu, yaitu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang didalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.
- 5) Rahasia dagang, yaitu informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, yang mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang⁴².
- 6) Varietas tanaman, yaitu sekelompok tanaman dari suatu jenis atau spesies yang ditandai oleh bentuk tanaman, pertumbuhan tanaman, daun, bunga, buah, biji, dan ekspresi karakteristik

⁴² Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, Cet 1, hlm. 228

genotipe atau kombinasi genotipe yang dapat membedakan dari jenis atau spesies yang sama oleh sekurang-kurangnya satu sifat yang menentukan dan apabila diperbanyak tidak mengalami perubahan⁴³

Ruang lingkup hak cipta adalah karya cipta dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, sedangkan ruang lingkup hak kekayaan industri adalah dalam bidang teknologi. Dalam terminologi HaKI dikenal istilah “Pencipta” dan/atau “Penemu”. Istilah pencipta digunakan dalam bidang hak cipta sedangkan istilah “Penemu” lebih diarahkan dalam bidang hak kekayaan industri. Sebagai contoh, pengubahan lagu Indonesia Raya, WR Soepratman, dapat dikatakan sebagai “Pencipta” lagu tersebut, sedangkan Thomas Alva Edison yang berhasil mematenkan bola lampu listrik dapat dikatakan sebagai “Penemu” teknologi tersebut. Sebaliknya, Albert Einstein yang berhasil membuat karya ilmiah tentang Teori Relativitas untuk pertama kali dapat dikatakan sebagai “Pencipta” teori tersebut.

Hak Perlindungan Varietas Tanaman (PVT), walaupun tergolong Hak Kekayaan Industri, namun pengurusnya berbeda dengan Hak Kekayaan Industri lainnya. Pengurus Hak PVT ditangani oleh Kantor PVT atau pusat PVT yang berada di bawah Departemen Pertanian RI. Sedangkan pengurusan Hak Paten,

⁴³ Haris Munandar, dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*, Erlangga Group, Jakarta, 2011, hlm. 50

Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST), dan Rahasia Dagang ditangani oleh Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) yang berada di bawah Kementrian Hukum dan HAM (Kemenkumham). Penggolongan HaKI ke dalam Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri, diperlukan karena adanya perbedaan sifat hasil ciptaan dan hasil temuan. Perlindungan terhadap suatu ciptaan bersifat otomatis, artinya suatu ciptaan diakui secara otomatis oleh negara sejak saat pertama kali ciptaan tersebut muncul ke dunia nyata, meskipun ciptaan tersebut belum dipublikasikan dan belum didaftarkan. Pendaftaran Hak Cipta tidak wajib dilakukan, kecuali untuk keperluan pemberian lisensi dan Pengalihan Hak Cipta.

Perjanjian Lisensi dan Pengalihan Hak Cipta yang tidak didaftarkan ke Ditjen HaKI dianggap tidak memiliki dasar hukum. Sebaliknya, Hak Kekayaan Industri (Paten, Merek, Desain Industri, DTLST, Rahasia Dagang, dan PVT) ditentukan berdasarkan pihak yang pertama kali mendaftarkan hasil karya intelektualnya ke instansi berwenang dan berhasil disetujui. Berdasarkan asas *first-to-file* ini, maka permohonan hak tersebut harus segera mendaftarkan karya intelektual ke instansi berwenang agar tidak didahului pihak lain. Seseorang yang telah memiliki Hak Kekayaan Industri diberi oleh negara hak eksklusif (hak istimewa/hak khusus) untuk secara bebas melaksanakan haknya

secara mandiri atau memberi lisensi kepada pihak lain untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas hasil karya intelektualnya. Meskipun demikian, kebebasan dalam melaksanakan hak eksklusif tersebut tidaklah bersifat absolut, karena dalam hal-hal tertentu negara masih melakukan pembatasan demi untuk menjaga kepentingan umum⁴⁴.

c. Menurut Islam Hukum Kekayaan Intelektual disebut dengan Ibtikar

Ibtikar hanyalah sebagai gambaran pemikiran dan gambaran pemikiran ini akan berpengaruh luas apabila telah dipaparkan atau dituangkan dalam bentuk tulisan atau cetakan maupun dalam media-media lainnya. Buah pikiran ilmunan sebagai ibtikar sebenarnya sebuah gambaran pemikiran yang belum berwujud materi⁴⁵.

Akan tetapi apabila pemikiran ini telah dituangkan dalam bentuk media apapun, maka buah pemikiran itu akan berpengaruh luas baik dari segi material maupun pemikiran. Oleh karena itu, menurut ulama fiqh, ibtikar apabila dilihat dari sisi materinya, lebih serupa dengan manfaat suatu benda atau materi, seperti buah-buahan dan susu hewan perahan, apabila telah dipetik dari pohonya atau perahan dari hewan itu, karena pemikiran seseorang setelah dipisahkan dari pemikirnya dan dipaparkan pada suatu

⁴⁴ Iswi Hariyani, *Op.Cit*, hlm. 19

⁴⁵ Angga Narya Shahara, *Hak Atas Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Islam*, Diakses pada Tanggal 20 November 2020, Pukul 19.03 WIB

media, seminar atau simposium dan sebagainya, maka menjadi bersifat materi. Ulama fiqh lain membedakan antara hasil pemikiran seseorang dengan hasil atau manfaat suatu benda dari dua sisi : Pertama, dari sisi jenisnya, manfaat suatu benda, baik bergerak atau tidak bergerak, seperti manfaat rumah, lahan, buah-buahan, kendaraan dan hewan, berasal dari sumber yang bersifat material, yaitu rumah, lahan, pepohonan, kendaraan itu sendiri dan hewan. Sedangkan sumber dari pemikiran sebagai suatu ciptaan atau kreasi seseorang bersumber dari akal seseorang manusia yang hidup dan mengerahkan kemampuan berpikirnya. Oleh sebab itu, dalam ijtihad, sumber materinya tidak kelihatan.

Kedua, dari segi pengaruhnya, manfaat dari bendabenda material merupakan tujuan utama dari suatu benda dan manfaat inilah yang dijadikan tolak ukur dari suatu benda. Akan tetapi, pengaruh dari suatu pemikiran lebih besar dibanding manfaat suatu benda, karena pemikiran yang dituangkan dalam sebuah buku atau media lain akan membawa pengaruh besar terhadap kehidupan manusia dan menunjukkan jalan bagi manusia untuk menggali sumber daya alam untuk menunjang kehidupan manusia itu. Hasil pemikiran inilah yang membedakan antara seseorang dengan lainnya, sehingga dalam al-Qur'an disebutkan bahwa apakah sama antara orang yang mengetahui dengan orang yang tidak mengetahui. (Q.S. Az-Zumar, 39 : 9). Ijtihad atau hak cipta

merupakan sesuatu hal yang baru dalam kajian hukum Islam, seiring dengan kemajuan dunia keilmuan, dunia usaha (dagang), dan kehidupan social budaya masyarakat. Ibtikar secara maknawi sebagai kepemilikan khusus, dan merupakan hasil karya intelektual manusia yang sudah selayaknya ada penghargaan khusus dari masyarakat umum baik dari segi moral maupun financial.

Ibtikar bila dikaitkan dengan pengertian harta dalam hukum Islam, menjadi perbedaan pendapat dikalangan ulama ahli fiqh. Menurut Ulama Hanafiyah, yang dinamakan harta adalah segala sesuatu yang mungkin disimpan dan bisa dimanfaatkan secara wajar. Pengertian ini membawa akibat bahwa sesuatu itu dapat dipandang harta, jika memenuhi dua unsur, yaitu⁴⁶:

- a. dapat disimpan, maka sesuatu yang tidak bisa disimpan tidak dipandang sebagai harta.
- b. dapat dimanfaatkan secara biasa. Konsekwensi logis dari pendapat Ulama hanafiyah adalah yang dinamakan harta harus bersifat benda atau sesuatu yang bersifat materi atau yang bisa diindra (kasat mata).

Sedangkan manfaat atau hak bukan dipandang sebagai harta, tetapi merupakan kepemilikan. Jumhur Ulama berpendapat bahwa harta adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai dan orang yang

⁴⁶ Angga Narya Shahara, *Hak Atas Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Islam*, Diakses pada Tanggal 20 November 2020, Pukul 19.10 WIB

merusakannya harus menggantinya atau menanggung beban atas kerusakannya. Imam Syafi'i mengatakan, *al-mal* (harta) dikhususkan pada sesuatu yang bernilai dan bisa diperjualbelikan dan memiliki konsekuensi bagi yang merusakkannya. Berdasarkan pengertian ini *al-mal* (harta) haruslah sesuatu yang dapat merefleksikan nilai finansial, dalam arti bisa diukur dengan satuan moneter. Konsekuensi logis dari pemikiran Juhur Ulama ini adalah bahwa yang dinamakan harta tidak harus bersifat benda atau materi, tetapi bisa juga manfaat atau hak dapat dipandang sebagai harta. Alasan yang digunakan oleh Juhur bahwa maksud. Orang memiliki suatu benda bukan karena semata-mata bendanya tetapi adalah manfaat dari benda itu sendiri. Pendapat Juhur Ulama bila dikaitkan dengan hak *Ibtikar*, maka hasil pemikiran, ciptaan, dan kreasi seseorang termasuk harta, karena menurut mereka, harta tidak hanya bersifat materi, tetapi juga bersifat manfaat.

Atas dasar ini, maka pemikiran, hak cipta, atau kreasi yang sumbernya adalah pemikiran manusia bernilai harta dan kedudukan sama dengan benda-benda lain, seperti mobil, rumah, dan sebagainya. Imam Al-Qarafi berpendapat lain bahwa sekalipun hak *ibtikar* itu merupakan hak bagi pemikirnya, tetapi hak ini tidak bersifat harta, bahkan tidak terkait sama sekali dengan harta. Oleh sebab itu, menurutnya, hak *ibtikar* tidak boleh

diwariskan, tidak boleh diwasiatkan dan tidak boleh ditransaksikan dengan transaksi yang bersifat pemindahan hak milik, Alasanya adalah karena yang menjadi sumber hak adalah akal dan hasil akal yang berbentuk pemikiran tidak bersifat material yang boleh diwariskan, diwasiatkan dan ditransaksikan.

Kriteria umum dalam harta yang dapat diwariskan, diwasiatkan atau ditransaksikan itu adalah berbentuk harta atau yang bernilai harta. Sedangkan hak pada hasil pemikiran seseorang merupakan hak yang tidak bernilai harta, karena sumbernya bukan harta, yaitu akal manusia. Pendapat Al-Qarafi ini ditentang oleh ulama mayoritas ahli fiqh, anatar lain dari ulama Malikiyyah, yang menyatakan bahwa sekalipun asalnya adalah akal manusia, namun hak ibtikar setelah dituangkan dalam bentuk media memiliki nilai harta yang besar, bahkan melebihi nilai sebagian harta benda material lain. Menurutnya, semata-mata pemikiran yang asalnya adalah akal seseorang tidak boleh dipindahtangankan. Akan tetapi setelah pemikiran itu dituangkan dalam bentuk media atau yang lain, maka hasil pemikiran itu telah bersifat material dan bernilai harta. Atas dasar ini, menurut ulama malikiyah hasil pemikiran itu dapat dipandang sebagai harta, apabila hasil pemikiran itu sudah dituangkan dalam bentuk tulisan, cetakan atau media apapun. Hak cipta atau kreasi karya intelektual manusia, merupakan hal baru dan belum ditemukan

nash hukumnya (dalil khusus) baik dari ayat Al-Qur'an maupun al-Hadits. Secara Ijtihadi dapat didasarkan pada⁴⁷ :

- a) "urf (suatu kebiasaan atau adat yang berlaku umum dalam suatu masyarakat). Adat yang telah berjalan dan berlaku umum dapat dijadikan dasar hukum, sebagaimana dalam kaidah hukum Islam : " Adat Kebiasaan itu dapat ditetapkan sebagai hukum ".
- b) Masalah Mursalah adalah sesuatu yang dianggap maslahat, namun tidak ada ketegasan hukum untuk merealisasikannya dan tidak pula ada dalil tertentu baik yang mendukung maupun yang menolaknya, tetapi masalah itu secara substansial sejalan atau tidak bertentangan dengan petunjuk umum syari'at atau ruh syari'ah maupun maqasid syari'ah.

Konsekuensi hukum Islam memandang bahwa hak Ibtikar termasuk kedalam kategori harta yang berakibat bagi penemu atau pencipta terhadap hasil karya atau ciptaannya menjadi hak milik mutlak yang bersifat materi.

Penemu atau pencipta berhak atas nilai materi itu atau hak tersebut, ketika digunakan atau dimanfaatkan oleh orang lain dengan seizinnya. Hak ini layaknya harta dan berlaku pada hukum yang melingkupinya. Berpijak dari hal tersebut, hak Ibtikar mempunyai kedudukan yang sama dengan kepemilikan harta lain

⁴⁷ *Ibid*

yang bisa ditransaksikan, diwariskan atau diwasiatkan, maka untuk menjaga eksistensi keberadaan hak ibtikar tersebut dari hal-hal yang merusakkannya harus mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah lewat peraturan atau undang-undang dengan mempertimbangkan kemaslahatan kedua belah pihak. Tindakan pemerintah mengatur hak ibtikar bagi warga negaranya tidak bertentangan dengan kaidah hukum Islam : “Tasharuf (tindakan) Imam terhadap rakyatnya harus dihubungkan dengan kemaslahatan”.

Perlindungan hukum atas hak ibtikar seseorang lewat undang-undang atau hukum yang berlaku di Negara, dapat menghindari terjadinya penipuan dan kerugian dari pihak-pihak yang saling bertransaksi dalam bisnis (perdagangan). Upaya pemerintah membuat aturan perlindungan hukum atas hak ibtikar bagi warga negaranya, disamping didasarkan pada “urf (adat) maupun masalah mursalah, juga disemangati oleh hadits Nabi SAW : “Rasulullah Saw pernah lewat seseorang yang sedang menjual bahan makanan, lalu Rasulullah memasukkan tangannya ke dalam bahan makanan itu, lalu ternyata bahan makanan tersebut tipuaan. Maka Rasulullah bersabda : tidak termasuk golongan kami orang yang menipu”. Berangkat dari hadits tersebut, dapat dibangun sebuah teori hukum Islam, bahwa keabsahan dan pembatalan suatu akad muamalat dalam bentuk

apapun, ditentukan oleh tujuan akad yang menjadi “causa”.

Causa adalah maksud atau motif para pihak ketika melakukan transaksi, dengan causa ini merupakan sumber atau dasar kekuatan yang mengikat bagi tindakan hukum bersangkutan, yaitu dasar perlindungan hukum terhadap para pihak yang melakukan akad. Unsur penipuan dalam transaksi menandakan ada indicator “cacat kehendak” dari pelaku akad, yang memberikan kepada pihak yang dirugikan (tertipu) untuk membatalkannya.⁴⁸



⁴⁸ *Ibid*

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Produk Kaus/ *Clothing* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Produk Hornycupcakes

Perlindungan hukum suatu merek sangat diperlukan bagi pemilik merek terutama untuk melindungi mereknya dari perbuatan pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak lain. Perlindungan hukum ini diberikan untuk mengatasi perilaku para kompetitor yang melakukan persaingan curang terhadap pemilik merek yang sebenarnya⁴⁹. Hak atas merek dapat diberikan oleh negara kepada seseorang jika pemilik merek sudah mendaftarkan mereknya dan dibuktikan dengan adanya kepemilikan sertifikat merek, hal itu sebagaimana ketentuan di dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjelaskan bahwa hak atas merek:

“Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar”

Hornycupcakes telah memiliki citra yang tinggi di dalam masyarakat, sehingga mendorong pihak lain untuk melakukan tindakan dengan iktikad tidak baik seperti peniruan merek. Sengketa merek terhadap merek Hornycupcakes adalah peniruan nama Hornycupcakes oleh pihak lain dengan cara memperdagangkan pakaian bermerek tersebut melalui media sosial *Facebook*. Oleh

⁴⁹ Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm. 23

karena itu, pemilik merek Hornycupcakes merasa dirugikan dengan adanya hal tersebut. Pengakuan hak atas merek diberikan oleh negara setelah pemilik merek memenuhi seluruh prosedur pendaftaran merek, sehubungan dengan hal tersebut, pemilik Hornycupcakes sendiri telah mendaftarkan merek dagangnya.

Bapak Krisna mengungkapkan, alasan yang mendorong pemilik Hornycupcakes mendaftarkan merek Hornycupcakes adalah sebagai Pertama, pendaftaran merek itu sangat penting karena pemilik merek mempunyai suatu hak khusus yang dapat mencegah orang lain untuk memasarkan produk-produk yang identik atau mirip dengan merek yang dimiliki oleh perusahaan yang bersangkutan yang dapat membingungkan konsumen. Kedua, jika kita tidak mendaftarkan merek, maka seorang pesaing dapat menggunakan merek Hornycupcakes, akibatnya masyarakat dapat menjadi bingung sehingga membeli produk dari pesaing Hornycupcakes yang produk tersebut palsu. Hal ini tidak saja membuat bingung pelanggannya, tetapi dapat mengurangi keuntungan pendapatan dan dapat juga merusak reputasi serta citra Hornycupcakes Store sendiri, apalagi jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah. Ketiga, apabila kita tidak mendaftarkan merek Hornycupcakes, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena pesaing dapat memanfaatkan merek Hornycupcakes yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk

yang identik atau produk yang mirip⁵⁰. Menurut pendapat Bapak Krisna mengenai alasan merek Hornycupcakes didaftarkan adalah negara kita ini merupakan negara hukum, jadi disini pihak yang menduplikat mereknya, pihak Hornycupcakes sendiri dapat menuntut seseorang yang melakukan perbuatan tersebut.

Merek dagang Hornycupcakes telah memiliki hak merek yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual pada tanggal 14 Januari 2020. Perlindungan Hak Merek kepada pemilik merek Hornycupcakes diberikan selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan tersebut dapat diperpanjang. Dengan demikian, bagi pihak lain yang menggunakan merek yang sama, akan ditolak pendaftaran mereknya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Untuk mempermudah pendaftaran merek, pihak Hornycupcakes menggunakan jasa Konsultan yang sudah berpengalaman dalam proses pendaftaran merek. Pemberian hak atas merek Hornycupcakes dilakukan sesuai dengan tata cara yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Secara garis besar prosedur pendaftaran merek Hornycupcakes adalah mengisi formulir permohonan beserta etiket merek, mengkuasakan permohonan pendaftaran merek kepada Konsultan dan melakukan pembayaran pendaftaran Merek. Berdasarkan penjelasan mengenai syarat

⁵⁰ Krisna Dewangga, Pemilik Hornycupcakes Store, *Wawancara Pribadi*, Semarang, Selasa, 15 Desember 2020, Pukul 18.42 WIB

pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek Hornycupcakes telah mengikuti prosedur tersebut. Kesahan permohonan pendaftaran merek Hornycupcakes dapat dibuktikan dengan diterbitkannya Nomor Permohonan Merek **DID2020001946**.

Pendaftaran merek dilakukan sesudah penerimaan permohonan pendaftaran merek. Pengumuman permohonan pendaftaran merek Hornycupcakes dikeluarkan dalam bentuk sertifikat Merek pada tanggal 02 September 2020. Dimilikinya sertifikat merek, maka pemilik Hornycupcakes mempunyai hak yang dapat dijadikan sebagai jaminan dan kepastian hukum. Sertifikat berlaku selama sepuluh tahun dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang.

Sedikit membandingkan bahwa di dalam ketentuan merek terbaru Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 proses permohonan pendaftaran merek lebih singkat karena permohonan dilanjutkan dengan pemeriksaan administrasi kemudian langsung dilanjutkan dengan pengumuman yang tujuannya untuk melihat apakah ada keberatan, setelah pengumuman, dilanjutkan dengan pemeriksaan substantif dan diakhiri dengan pemberian Sertifikat. Sedangkan jika permohonan pendaftaran berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001, proses pendaftarannya relatif lebih lama yakni permohonan dilanjutkan dengan pemeriksaan administrasi, dilanjutkan pemeriksaan substantif, kemudian baru pengumuman selanjutnya diakhiri dengan sertifikasi. Dengan demikian, jika melihat proses

pendaftaran berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, pemohon mendapatkan nomor lebih lama. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, pengumuman merek dilakukan setelah pemeriksaan substantif, sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pengumuman merek dilakukan setelah tanggal penerimaan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis saat di keluarkan belum mengikuti perkembangan zaman karena di dalam undang-undang tersebut tidak adanya pasal yang mengatur tentang pelanggaran peniruan merek yang dilakukan di sistem elektronik terutama pada penggunaan sosial media.

2. Upaya yang Dilakukan Pemilik Merek Produk Kaus/Clothing Hornycupcakes dalam Mengatasi Peniruan Merek

Merek dagang Hornycupcakes telah resmi terdaftar dan diberikan hak atas merek yang dibuktikan dengan kepemilikan sertifikat merek Hornycupcakes. Maka dari itu, pemilik merek Hornycupcakes memperoleh perlindungan hukum jika terjadi permasalahan hukum seperti peniruan merek. Peniruan merek dagang Hornycupcakes dilakukan dengan cara memproduksi barang yang sama dengan barang aslinya. Selanjutnya pihak yang melakukan peniruan, menjual barang tersebut dengan harga yang lebih rendah daripada barang aslinya. Hal itu akan berakibat pada penjualan produk Hornycupcakes menjadi menurun serta *customer* yang masih awam

akan terkecoh dengan barang tersebut dikarenakan harga penjualan yang lebih murah.

Pelanggaran peniruan merek Hornycupcakes sepengetahuan penulis berupa kaus Hornycupcakes yang dijual di media sosial *Facebook*. Menurut penjelasan Pemilik akun bernama Nero salah seorang pedagang di media sosial *Facebook* menerangkan bahwa kaus Hornycupcakes berasal dari pemberian sales secara langsung dengan harapan agar kaus tersebut dijual di media sosial, kaos Hornycupcakes yang diproduksi dari salah satu orang yang memproduksi dan disalurkan melalui sales tersebut kemudian dibeli Nero untuk dijual lagi di media sosial *Facebook* sesuai dengan harga standar yang ditetapkan. Penulis membeli kaus tersebut sebagai penemuan dan pemberitahuan kepada pihak Hornycupcakes bahwa kaus bermerek Hornycupcakes beredar di media sosial yang bukan dari akun resmi Hornycupcakes. Setelah melakukan wawancara dengan pihak Hornycupcakes, perihal masih ditemukannya produk-produk Hornycupcakes tidak asli yang dijual bebas di pasaran khususnya di media sosial, pihak Hornycupcakes memberikan penjelasan bahwa kaus itu bukan merupakan produk asli Hornycupcakes, kaus tersebut mempunyai kualitas yang rendah dari bahan kain yang sangat tipis, kasar, dan panas⁵¹.

Kaus itu juga dijual tanpa label, sedangkan kaus Hornycupcakes

⁵¹ Krisna Dewangga, Pemilik Hornycupcakes Store, *Wawancara Pribadi*, Semarang, Selasa, 15 Desember 2020, Pukul 18.42 WIB

yang asli terdapat label di bagian pojok bawah dan *tag* di bagian leher belakang, kemudian kualitas sablon dari kaus tersebut juga rendah. Peniruan merek ini diketahui oleh pihak Hornycupcakes melalui pengawasan dari pihak Hornycupcakes sendiri yang bertugas khusus dalam memantau produk-produk Hornycupcakes via online yang kebetulan menemukan produk Hornycupcakes tersebut dijual melalui media sosial *Facebook*.

Adanya pelanggaran-pelanggaran tersebut telah merugikan pihak Hornycupcakes sendiri dan secara tidak langsung akan mengurangi kepercayaan terhadap customer. Bapak Krisna Dewangga berpendapat bahwa peniruan merek tersebut merusak branding, sedangkan Hornycupcakes sendiri *brand* lokal, bisa dikatakan Hornycupcakes itu *brand* lokal yang mempunyai idealis yang punya konsep sendiri jadi kalau merek Hornycupcakes ditiru maka jelas akan merusak reputasi Hornycupcakes. Kalau kerugian dari segi immaterilnya tetap ada, dimana di sini kita sudah buat merek, menciptakan karya bukan hal yang mudah, harus melalui proses yang tidak cepat dan ketika produk Hornycupcakes ditiru, hal itu sangat merugikan⁵².

Upaya yang dilakukan Pemilik Hornycupcakes dalam mengatasi peniruan merek dagang Hornycupcakes melalui media sosial *Facebook* yakni melakukan suatu teguran yang dilakukan secara

⁵² Krisna Dewangga, Pemilik Hornycupcakes Store, *Wawancara Pribadi*, Semarang, Jumat, 18 Desember 2020, Pukul 19.00 WIB

langsung kepada pihak yang meniru merek Hornycupcakes melalui media sosial *Facebook* untuk segera menghentikan perbuatannya tersebut. Pihak Hornycupcakes meminta untuk menghentikan perbuatan penjualan barang palsu tersebut dan menghapus gambar kaus Hornycupcakes yang dijual di *Facebook* tersebut. Pihak Hornycupcakes sengaja melakukan dengan cara memberikan suatu teguran karena beliau berpendapat bahwa apabila masalah peniruan merek ini diajukan melalui jalur hukum, biaya yang dikeluarkan tidak sedikit.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pelanggaran peniruan merek di media sosial *Facebook* tersebut, dapat dikatakan bahwa sampai saat ini pihak Hornycupcakes belum pernah melakukan upaya hukum ke Pengadilan karenadengan cara teguran dan ancaman secara langsung dari pihak Hornycupcakes kepada penjual baju Hornycupcakes di *Facebook* tersebut sudah mampu mengatasi masalah peniruan merek. Hasilnya terbukti pihak peniru menanggapi dengan positif dan bersedia untuk menghentikan perbuatan peniruan tersebut serta pihak peniru telah menghapus foto penjualan produk Hornycupcakes di media sosial *Facebook*. Penulis sependapat dengan upaya yang dilakukan oleh pihak Hornycupcakes, karena dengan melihat berbagai kasus yang ada selama ini, banyak orang yang lebih memilih diselesaikan dengan cara tersendiri daripada diselesaikan melalui upaya hukum di Pengadilan dengan

alasan prosedur di Pengadilan tidaklah mudah dan memakan banyak biaya.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa upaya yang dilakukan pihak Hornycupcakes dalam mengatasi peniruan merek dengan cara memberikan teguran secara langsung kepada pihak yang melakukan perbuatan peniruan merek. Berdasarkan hal tersebut, maka upaya yang dilakukan pihak Hornycupcakes tersebut merupakan alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan, hal tersebut sesuai dengan Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 “Selain penyelesaian sengketa melalui Pengadilan Niaga para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.”

Jika pemilik merek hornycupcakes melakukan penyelesaian dengan cara di jalur pengadilan dapat mengajukan gugatan terhadap sengketa tersebut maka pelaku yang melakukan peniruan merek dapat digugat dengan pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang berbunyi:

- a. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek

yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

- c. Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Dengan adanya pelanggaran peniruan merek Hornycupcakes tersebut, pemilik merek Hornycupcakes sebenarnya juga mempunyai kewenangan untuk melakukan upaya hukum berdasarkan ketentuan Pasal 69 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sebagai berikut:

- a. Pemegang Hak atas Indikasi Geografis dapat mengajukan gugatan terhadap Pemakai Indikasi Geografis yang tanpa hak berupa permohonan ganti rugi dan penghentian penggunaan serta pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak.
- b. Untuk mencegah kerugian yang lebih besar pada pihak yang haknya dilanggar, hakim dapat memerintahkan pelanggar untuk menghentikan kegiatan pembuatan, perbanyakan, serta

memerintahkan pemusnahan label Indikasi Geografis yang digunakan secara tanpa hak.

Pemilik merek selain mempunyai hak melakukan gugatan ganti rugi, penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek, juga dapat melalui upaya hukum dengan cara melapor kepada Aparat Kepolisian dalam hal ini Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, akan menindaklanjuti proses tersebut. Setelah proses penyidikan di Kepolisian, kemudian tuntutan kepada pihak yang melakukan pelanggaran merek ini akan dilakukan proses penuntutan terhadap pelanggar oleh Jaksa di Pengadilan. Pengadilan kemudian akan memutuskan apakah pelanggar tersebut terbukti bersalah melakukan tindak pidana atas pelanggaran merek.

Setelah melihat berbagai pelanggaran peniruan merek Hornycupcakes, maka pihak Hornycupcakes melakukan suatu upaya seperti mempublikasikan merek melalui media online, melakukan event rutin setiap tahun, dan melakukan sosialisasi terhadap masyarakat. Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, penulis dapat membandingkan bahwa di dalam Undang-Undang Merek yang terbaru ini terdapat ketentuan bahwa merek terkenal dapat mengajukan gugatan berdasarkan putusan pengadilan sedangkan menurut peraturan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 gugatan oleh merek terkenal sebelumnya tidak diatur. Kemudian di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memuat mengenai

pemberatan sanksi pidana bagi merek yang produknya mengancam keselamatan dan kesehatan sedangkan di Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tidak memuat mengenai pemberatan sanksi pidana.

B. Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik merek menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis

1. Faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan hukum dalam sengketa peniruan merek Hornycupcakes

Sebagai pemilik merek terdaftar pihak Hornycupcakes juga mengalami hambatan dan kendala dalam upaya melaksanakan perlindungan Hukum atas produk yang mereka miliki. Menjadi pemilik merek terdaftar seharusnya memilikihak yang sangat eksklusif yaitu memiliki perlindungan hukum dengan sistem konstitutif atau dengan kata lain dilindungi berdasarkan undang-undang, namun peneliti menemukan fakta dilapangan bahwa pihak hornycupcakes sendiri belum terlalu paham tentang pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek dan lebih memilih untuk tidak membawa sengketa yang dihadapinya ke pengadilan karena akan melalui proses yang sangat panjang dan terlalu memakan waktu serta biaya yang banyak.

Berdasarkan upaya perlindungan hukum dengan sistem konstitutif ada beberapa kelebihan dan kelemahan diantaranya:

Kelebihan dari sistem konstitutif adalah:

- a. Orang yang mereknya sudah terdaftar tidak dapat diganggu-gugat

oleh orang lain atau pemakai merek yang tidak diketahuinya ketika ia mendaftarkan mereknya.

b. Adanya hal diatas menjadikan adanya kepastian hukum.

Kelemahan dari sistem konstitutif adalah

- 1) Daftar umum merek memuat banyak merek yang hanya secara formil terdaftar tetapi tidak digunakan dengan sungguh-sungguh oleh pemiliknya.
- 2) Dalam alur prosedur pendaftaran merek terdapat proses pengumuman merek yang berlangsung selama 3 (tiga) bulan yang hanya diumumkan di Kantor Merek yang berada di Tangerang saja dan tidak diumumkan melalui media masa ataupun media internet.

Sulitnya menemukan pelaku pelanggaran karena dalam proses beredarnya barang palsu, pelaku tidak mencantumkan identitas didalam produk-produk palsu yang di buatnya. Masalah dana juga menjadi problem yang serius karena untuk memproses suatu pelanggaran merek haruslah di ikuti dengan pengajuan gugatan, proses peradilan tersebut memakan biaya yang tidak murah. Hal ini terkadang menyebabkan terjadinya keengganan untuk memperpanjang kasus ini. Selain itu pemilik merek cenderung berpikiran jika merek-merek yang sedang berkasus hanya akan membuat citra negatif di kalangan masyarakat/konsumen. Effesiensi waktu juga berpengaruh dalam proses penertiban kasus pelanggaran merek. Pelanggaran merek

yang merupakan delik aduan menyebabkan harus adanya pengawasan extra dari si pemegang merek yang harusnya penegak hukum tidak bersifat pasif. Keaktifan para pihak tentu akan dapat meminimalisasi dan menekan jumlah pelanggaran merek.

2. Solusi dan upaya dalam pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek

Dalam mengatasi masalah ini harus ada langkah-langkah konkrit yang dilakukan pihak penegak hukum yang berwenang, dapat digolongkan menjadi 2 (dua), yakni:

a. Upaya Preventif

Upaya preventif adalah upaya untuk mencegah, meminimalisir peluang terjadinya pelanggaran yang diharapkan dapat menekan angka pelanggaran merek. Upaya preventif yang diambil pihak yang berwenang dalam hal ini adalah:

- 1) Mengajak instansi-instansi lain yang terkait seperti PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil), LIPI (Lembaga Ilmu Pendidikan Indonesia), YKCI (Yayasan Karya Cipta Indonesia), kepolisian, kejaksaan untuk secara bersama-sama melakukan pembinaan tentang merek.
- 2) Memberikan pendidikan dan pembinaan pada seluruh tenaga staff di dalam internal Disperindag, sehingga menghasilkan tenaga-tenaga terampil guna menyikapi pelanggaran merek yang terjadi di lapangan.

- 3) Melakukan pembinaan tentang Merek secara rutin maupun berkala kepada tiap-tiap pedagang. Pembinaan dimaksudkan agar dapat memberikan informasi, pengetahuan/pendidikan, wawasan tentang merek, jenis-jenis merek, pelanggaran merek ataupun sanksi merek yang diharapkan menumbuhkan kesadaran dari para pedagang agar tidak melakukan pelanggaran merek. Khusus materi sanksi akan dipertegas agar para pelaku usaha memahami dan timbul ketakutan dalam melakukan tindak pelanggaran merek.
- 4) Memperketat pengawasan baik secara rutin ataupun berkala ditempat-tempat rawan pelanggaran merek guna dapat mengontrol jika terindikasi gejala-gejala akan/sudah terjadinya pelanggaran merek sehingga dapat langsung di atasi.
- 5) Membina dan mengajak masyarakat agar turut serta berpartisipasi dalam melakukan pengawasan terhadap barang-barang palsu, sehingga masyarakat tahu kemana harus mengadu jika ditemukan pelanggaran-pelanggaran seperti ini. Karena Disperindag menyadari bahwa masyarakat memiliki peran yang penting pengaruhnya dalam proses pengawasan peredaran barang-barang palsu.

b. Upaya Represif

Upaya Represif adalah upaya yang dilakukan untuk

mengatasi, menyelesaikan tindak pelanggaran yang telah terjadi. Upaya Represif dilakukan sebagai bukti perlindungan hukum setelah pelanggaran merek terjadi. Disperindag dalam upayanya untuk merespon tindak pelanggaran yang terjadi telah membentuk tim pengawas bersama instansi-instansi terkait seperti PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil), LIPI (Lembaga Ilmu Pendidikan Indonesia), YKCI (Yayasan Karya Cipta Indonesia), kepolisian, kejaksaan yang selalu siap untuk melakukan sidak. Selain itu pemberian sanksi yang sesuai dengan hukum merek secara tegas dan jelas harus diterapkanehingga dapat menimbulkan efek jera bagi pelaku pelanggaran yang diharapkan hal ini dapat menekan tindak pelanggaran serupa di masa yang akandatang. Pembinaan-pembinaan kepada pelaku usaha baik yang melanggar ataupun yang tidak melanggar akan terus mendapatkan pembinaan-pembinaan tidak hanya dalam bidang merek saja melainkan segala bidang yang terkait dalam proses perindustrian dan perdagangan, sehingga diharapkan proses perindustrian dan perdagangan yang ada di Kota Semarang khususnya dapat berjalan dengan baik. Selain itu Disperindag akan terus berupaya mengajak masyarakat, pemegang merek dan pihak-pihak terkait lainnya ikut serta dalam proses untuk menumbuhkan kesadaran hukum sehingga pelanggaran-pelanggaran seperti ini dapat diatasi dengan baik.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya dapat di ambil kesimpulan Dalam pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Produk Hornycupcakes terjadi adanya perdagangan barang palsu dengan dimana yang di perdagangan adalah produk dari hornycupcakes yang berupa kaus/ *clothing*, adanya tindakan pelanggaran tersebut maka dapat dikatakan sebagai pelanggaran merek yang telah memenuhi unsur-unsur sesuai ketentuan Pasal 66 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis . dan adanya tindak pelanggaran tersebut yang dilakukan di media sosial juga dapat dikaitkan dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi elektronik karena melakukan penipuan terhadap konsumen atas barang palsu yang diperjualbelikan.

Langkah – langkah konkrit yang dilakukan dalam pelaksanaan perlindungan hukum salah satunya melalui pembinaan terhadap pemilik usaha, pemilik merek, dan konsumensesuai ketentuan yang ditulis dalam Pasal 70 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Sebagai konsumen juga mendapatkan perlindungan hukum dari pembelian merek yang ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 bahwa asal suatu barang termasuk jasa yang melekat dengan reputasi, karakteristik dan kualitas suatu barang yang dikaitkan dengan merek yang sudah terdaftar maka dilindungi

dengan hukum.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis sesuai fakta yang ditemukan dilapangan bahwa dalam pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kau/ *clothing* belum berjalan efektif karena masih ada faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh lembaga bagian hukum serta pihak terkait, pemilik merek, dan masyarakat yang menjadi konsumen.

Faktor-faktor penghambat pelaksanaan perlindungan hukum atas produk kaus/ *clothing* yang penulis temukan di lapangan antara lain: Rendahnya SDM, Terbatasnya informasi dan wawasan dari pada para pelaku usaha, Kurangnya kesadaran hukum para pihak terkait (penjual dan konsumen), Adanya kebutuhan akan barang bermerek terkenal dengan harga murah, Keengganan pemilik merek untuk memproses gugatan terkait masalah dana terhadap tindak pelanggaran yang dilakukan oleh para pedagang mikro, kecil, dan menengah, Mudahnya memberikan izin usaha serta belum optimalnya proses pengawasan dan pembinaan dari DJKI dan instansi-instansi terkait kepada para pelaku usaha dan masyarakat menyebabkan tindak pelanggaran ini masih tetap berlangsung.

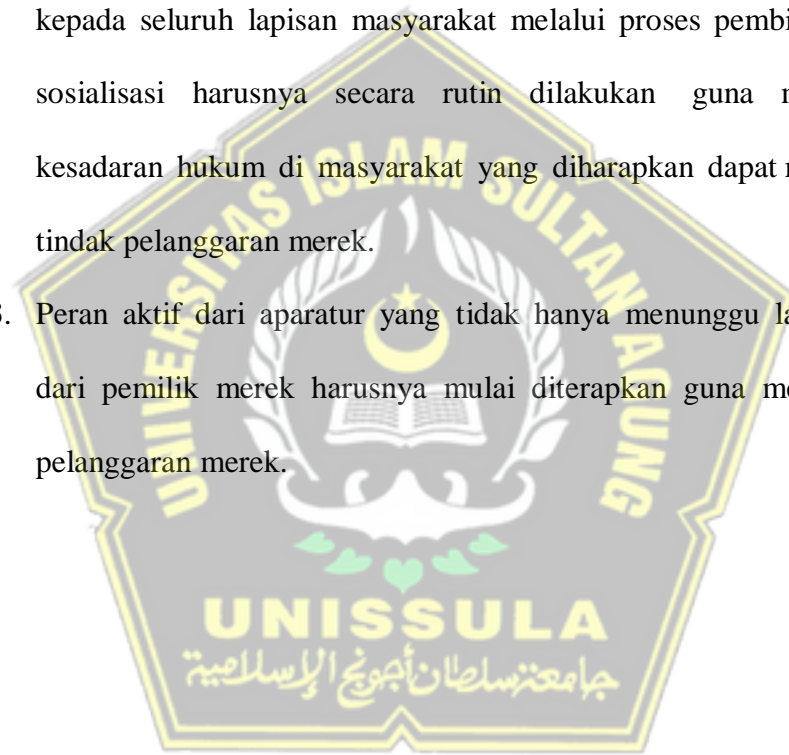
B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan oleh penulis terkait upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi atau mungkin bisa mengatasi permasalahan pelanggaran merek terkait perdagangan barang palsu adalah:

1. Pemilik merek sebaiknya bekerja sama dengan masyarakat, DJKI

(Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) serta instansi-instansiterkait guna mempermudah proses pengawasan terhadap Mereknya. Hal ini berguna untuk mendeteksi dan melakukan tindakan apabila terindikasi adanya pelanggaran merek.

2. DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) beserta seluruh jajaran kaitannya dengan proses Penyebarluasan pemahaman tentang merek kepada seluruh lapisan masyarakat melalui proses pembinaan ataupun sosialisasi harusnya secara rutin dilakukan guna menumbuhkan kesadaran hukum di masyarakat yang diharapkan dapat meminimalisir tindak pelanggaran merek.
3. Peran aktif dari aparaturnya yang tidak hanya menunggu laporan/ aduan dari pemilik merek harusnya mulai diterapkan guna menekan angka pelanggaran merek.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Al-Hadist

A. Buku

- Amrullah, M. Arief. *Politik Hukum Pidana dalam Perlindungan Korban Kejahatan Ekonomi di Bidang Perbankan*, Cetakan Kedua, Bayumedia Publishing, Malang, 2003
- Astarini, Dwi Rezki Sri, *Penghapusan Merek Terdaftar*, PT. Alumni, Jakarta, 2009
- Barda Nawawi Arief, *Beberapa Aspek Kebijakan Penegakan dan Pengembangan Hukum Pidana*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998
- Casavera. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009
- Chazawi, Adam. *Pelajaran Hukum Pidana*, Rajawali Pers, Jakarta, 2008
- Djumhana, Muhammad & R. Djubaidillah. *Hak Milik Intelektual*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993
- Gunadi, Ismu, dan kawan-kawan. *Cepat Mudah Memahami Hukum Pidana*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2011
- Hamzah, Andi dan Sumangelipu. *Hukum Pidana Mati di Indonesia, di Masa Lalu, Kini dan di Masa Depan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1985
- Harahap, M. Yahya. *Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merk Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No.19 Tahun 1992*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996
- Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997
- Jened, Rahmi. *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2007
- *Hukum Merk Trademark Law Dalam Era Global Integrasi Ekonomi*, Prenada Media Group, Jakarta, 2015
- *Trademark Law*, PT. Fajar Interpertama Mandiri, Jakarta, 2015
- Mannan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bhakti, Jakarta, 1997
- Muhadjir Effendi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2008

- Miru, Ahmadi, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- O.K., Saidin. *Pengembangan Hukum Bisnis*, Yayasan Pengembangan Bisnis, Jakarta, 2005
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987
- Sudargo Gautama, Sudargo, *Hukum Merek Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984
- Tim Lindsey. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2003
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta, 2008
- Usman, Nurdin. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002
- Usman, Racmadi. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung, 2003
- Wahid, Abdul dan Muhammad Irfan. *Perlindungan terhadap Korban Kekerasan Seksual (Advokasi atas Hak Asasi Perempuan)*, Refika Aditama, Bandung, 2001

B. Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

C. Jurnal atau Kamus

Kamus Hukum

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Etik Ristiyani, *Perlindungan Hukum Bagi Pengusaha Clothing Terhadap Peniruan Merek Oleh Pihak Lain*, UMS, Surakarta, 2017

Angga Narya Shahara, *Hak Atas Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Islam*, Umitra, Bandar Lampung, 2003

D. Internet

<https://id.wikipedia.org>

<https://finance.detik.com/>

<https://rri.co.id> <https://kbbi.web.id>

<http://statushukum.com/perlindungan-hukum.html>

<http://wwwqolbu27.blogspot.com>

<http://lib.uin-malang.ac.id> <https://berkahkonveksi.com/pembahasan-kaos-oblong>

