

## **Analisis Perlindungan Hukum atas Persamaan Merek Usaha di Indonesia**

Bonaraja Purba<sup>1</sup> Hasyim<sup>2</sup> Diki Purnomo<sup>3</sup>, Deselarosa Immaculata Simanjuntak<sup>3</sup>,  
Haddad Alwi<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

**Corresponding Author** : Diki purnomo<sup>1</sup>

[purnomodiki81@gmail.com](mailto:purnomodiki81@gmail.com)

### Abstrak

Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum (Prasetya & Ariana, 2019), sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk melihat permasalahan hukum secara mendetail. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian studi kepustakaan, studi kepustakaan adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari bahan-bahan bacaan yang terdiri dari literatur-literatur, peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, media massa dan sumber-sumber lain yang mempunyai relevansi dengan permasalahan. Salah satu perwujudan cita hukum di Indonesia adalah dengan menerapkan keadilan terhadap perlindungan hukum merek di Indonesia. Hak merek sebagai salah satu dari hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hal yang sangat penting di ranah bisnis, karena dengan adanya merek pada sebuah produk maka konsumen bisa mengetahui dan membedakan kualitas produk barang atau jasa yang akan digunakan.

Keywords: merek, usaha, hukum

## PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia peranan merek menjadi sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Undang-Undang merek merupakan bentuk pengaturan tentang merek sebagai peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu merek memegang peranan yang penting terutama dalam dunia perdagangan. Dengan adanya merek masyarakat dapat menentukan pilihannya kepada suatu produk yang mempunyai merek.

Merek adalah jaminan suatu produk barang atau jasa. Berdasarkan Pasal 1 UU No.15 tahun 2001 tentang merek, yang dimaksud 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. Merek ada merek dagang dan merek jasa.

Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum (Prasetya & Ariana, 2019), sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Pasal 1 angka 5 menyebutkan bahwa “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”. Berikut ini adalah data 2019 mengenai merek melalui Kementerian Hukum dan HAM RI, Pelanggaran merek adalah pelanggaran yang paling tinggi sehingga penjiplakan terhadap merek masih kerap terjadi di Indonesia (Balqis & Santoso, 2020).

Perkara merek sangat erat kaitannya dengan hukum, hukum senantiasa menjadi fondasi dalam bernegara dan berbangsa (Shaleh & Wisnaeni, 2019). Untuk melihat permasalahan hukum secara mendetail diperlukan beberapa teori yang merupakan rangkaian asumsi, konsep, definisi, untuk mengembangkan, menekankan, suatu gejala sosial secara teoritis yang terjadi di tengah masyarakat (Lisma & ALW, 2017). Teori mengenai perlindungan hukum terdapat beberapa pemaparan yang konseptif diantaranya,

menurut Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum (Raharjo, 2000).

Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman, sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia (Setiono, 2004). Maka 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 hukum (Dharma, 2014)

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan dari Intellectual Property Rights (IPR), yang dideskripsikan sebagai kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Konsepsi mengenai HKI didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Pengorbanan tersebut menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaatnya dapat dinikmati. Direktorat Jenderal HKI mendefinisikan HKI sebagai hak yang timbul dari hasil olah fikir otak yang rnenghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia (Tomi Suryo Utomo, 2010: 2)

Pada intinya, Hak Miik Intelektual merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, 10 juga mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari kemampuan karya intelektual tersebut bisa di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, maupun seni dan sastra. Hak Kekayaan Intelektuai timbul atau lahir karena adanya intelektualitas seseorang sebagai inti atau obvek pengaturannya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap hak ini pada

dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dan intelektualitas manusia.

## 2. Merek

Merek adalah alat untuk membedakan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain. (Sudaryat dkk, 2010:58). Batasan merek diberikan karena merupakan aspek yang mutlak untuk diketahui dalam memahami sistem merek Indonesia (Budi Agus R Swandi dan Siti Sumartiah, 2006:79).

Berdasarkan definisi di atas juga dapat dilihat bahwa fungsi utama merek adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat perusahaan lain yang sejenis. Selain fungsi utama tersebut merek juga mempunyai banyak fungsi lainnya. Fungsi merek dapat dilihat dari sudut produsen, pedagang dan konsumen. Dilihat dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas dan pemakaiannya. Pihak pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasarnya. Adapun dari pihak konsumen, merek digunakan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Khususnya para pengusaha dianggap perlu untuk membedakan barang buatannya/ produknya dengan barang-barang yang serupa yang dibuat oleh perusahaan lain

## METODE PENELITIAN

### A. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

#### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari bahan-bahan bacaan yang terdiri dari literatur-literatur, peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, media massa dan sumber-sumber lain yang mempunyai relevansi dengan permasalahan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Negara Indonesia merupakan Negara yang berdasarkan hukum, negara yang senantiasa mengupayakan terwujudnya keadilan, kebenaran, kepastian hukum dan ketertiban penyelenggaraan sistem hukum (Shaleh & Nasution, 2020), salah satu perwujudan cita hukum

di Indonesia adalah dengan menerapkan keadilan terhadap perlindungan hukum merek di Indonesia. Sebagai Negara demokrasi diperlukan optimalisasi sistem hukum dalam membenahi hukum nasional sesuai dengan asas-asaz peraturan perundang-undangan (Mayana, 2017).

Hak merek sebagai salah satu dari hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hal yang sangat penting di ranah bisnis, karena dengan adanya merek pada sebuah produk maka konsumen bisa mengetahui dan membedakan kualitas produk barang atau jasa yang akan digunakan. Tanpa adanya merek produk konsumen sulit untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya. Maka dari itu sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara kormesil, bahkan merek seringkali lebih bernilai di banding dengan asset riil sebuah perusahaan (Sudjana, 2020). Pemberian merek terhadap suatu barang atau jasa juga dapat mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Sebuah produk berharga mahal biasanya bukan karena produk itu sendiri, tetapi pengaruh dari mereknya (Dewi & Baskoro, 2019).

Persaingan usaha di dunia ekonomi dan industri sangat diperlukan karena akan mendorong faktor produksi untuk berkompetisi menghasilkan produk 300terbaik, sehingga meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan menghasilkan devisa negara (Rasyid, Laily, & Handayani, 2017). Namun pada kenyataannya, pelaku usaha masih banyak melakukan persaingan usaha yang tidak sehat seperti peniruan dan pemalsuan merek, seolah-olah barang dan atau jasa tersebut berasal dari satu sumber yang sama. Pemalsuan produk bermerek untuk mendapatkan keuntungan dalam waktu yang singkat. Sehingga membuat konsumen dan pemilik merek terkenal merasa dirugikan. Karena hal itu akan menyesatkan konsumen dalam memilih produk (Mayana, 2017). Maka oleh sebab itu, ini adalah kelalaian suatu kompetitif yang menjurus pada pelanggaran hukum. Di waktu inilah perlindungan terhadap merek perlu dilakukan baik secara nasional dan internasional untuk perlindungan hak merek terdaftar dan terkenal baik itu sejenis maupun tidak sejenis.

Perundang-undangan Merek yang tertua di Indonesia ditetapkan oleh Pemerintah jajahan melalui Reglemeent Industriele Eigendom Kolonien1912 (Peraturan Hak Milik Industrial Kolonial 1912). Peraturan ini mengikuti sistem Undang-Undang Merek Belanda dan menerapkan prinsip konkordasi(Gunawati, 2015). Berlakunya Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek perniagaan sebagai pengganti dan memperbaiki hukum merek lama. Prinsip yang mengatur dalam undang-undang ini ialah

hak merek diperoleh melalui pemakaian pertama kali (first to use system atau stelsel deklaratif). Kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Perolehan hak merek mulanya berprinsip first to use system atau stelsel deklaratif berubah menjadi prinsip pendaftaran pertama (first to file system atau stelsel konstitutif) (Jened, 2015). Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 19 tahun 1992 tentang Merek. Pada tahun 2001, dibentuklah Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai penyesuaian dengan persetujuan WTO (World Trade Organization).

Indonesia kembali mengeluarkan peraturan tentang merek yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Indonesia mempunyai ketentuan peraturan perlindungan merek secara internasional melalui pembentukan konvensi atau perjanjian internasional (Herviandi, Susilowati, & Njatrijani, 2017). Pembentukan konvensi yang pertama diawali dengan pengesahan terbentuknya World Trade Organization atau Organisasi Perdagangan Dunia tahun 1995. WTO membuat ketentuan tentang perdagangan di bidang HKI yaitu Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights (selanjutnya disebut persetujuan TRIPs), TRIPs merupakan tonggak penting dalam perkembangan standar internasional dalam sistem HKI (Putra, 2019). Selanjutnya Indonesia mengesahkan Paris Convention melalui Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 15 Tahun 1997 dan Trademark Law Treaty melalui Keppres Nomor 17 Tahun 1997 (Gunawati, 2015).

Hak atas merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi oleh Negara. Karena merek mempunyai fungsi yaitu sebagai alat pembeda antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain, terutama barang atau jasa yang sejenis. Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum, sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu (Desmayanti, 2018). Permasalahan merek masih sering terjadi di Indonesia, tidak hanya meniru merek terkenal dalam negeri ada juga yang meniru secara internasional. Padahal merek tersebut sudah didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Hal tersebut menjadi acuan kuat terhadap perusahaan Bossini Inggris untuk mendapatkan perlindungan hukum baik secara nasional maupun Internasional. Perlindungan

hukum yang di berikan pemerintah Indonesia senantiasa bervariasi dan jika sengketa yang terjadi tidak dapat diselesaikan oleh pihak kementerian maka dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan, seperti yang di lakukan oleh pihak bossini inggris yang melakukan gugatan hingga ke tingkat PK (Peninjauan Kembali).

Dalam dunia perdagangan sering terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Pelanggaran terjadi karena ada pihak yang tidak mempunyai hak menggunakan merek terdaftar untuk kepentingannya. Penyebab pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Undang-Undang HAKI di Indonesia masih lemah, Pangsa pasar umumnya masyarakat lebih senang membeli produk yang harganya murah walaupun kualitasnya rendah
2. Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan peraturan tersebut
3. Animo masyarakat terhadap produk bermerek tetapi harganya murah
4. Daya beli masyarakat yang masih rendah
5. Kurang memperhatikan kualitas suatu produk
6. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek yang masih rendah
7. Kondisi perekonomian dimana masyarakat cenderung membeli merek palsu, karena murah

Selain itu juga disebabkan persaingan curang yang disebut "passing of". Passing of adalah persaingan curang yang dilakukan dengan cara memproduksi suatu barang yang menggunakan bentuk, tampilan atau desain tertentu dan tidak terdaftar sebagai merek. Contoh kasus adalah Produk Wafer dan Permen Camilio yang hampir sama dengan desain dan komposisi warna dengan Merek Milo (susu coklat dan coklat yang diproduksi PT. Nestle). Ternyata Camilo terdaftar di Dirjen HAKI. Hal ini merupakan pelanggaran merek baru. Karena memproduksi barang yang tidak sama (antara susu coklat dan coklat Milo dengan wafer dan permen-Camilio) tetapi menggunakan desain dan komposisi yang sama, yang disebut Passing Off.

## KESIMPULAN

Negara Indonesia merupakan Negara yang berdasarkan hukum, negara yang senantiasa mengupayakan terwujudnya keadilan, kebenaran, kepastian hukum dan

ketertiban penyelenggaraan sistem hukum (Shaleh & Nasution, 2020), salah satu perwujudan cita hukum di Indonesia adalah dengan menerapkan keadilan terhadap perlindungan hukum merek di Indonesia. Hak merek sebagai salah satu dari hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hal yang sangat penting di ranah bisnis, karena dengan adanya merek pada sebuah produk maka konsumen bisa mengetahui dan membedakan kualitas produk barang atau jasa yang akan digunakan. Namun pada kenyataannya, pelaku usaha masih banyak melakukan persaingan usaha yang tidak sehat seperti peniruan dan pemalsuan merek, seolah-olah barang dan atau jasa tersebut berasal dari satu sumber yang sama. Berlakunya Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek perniagaan sebagai pengganti dan memperbaiki hukum merek lama. Karena merek mempunyai fungsi yaitu sebagai alat pembeda antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain, terutama barang atau jasa yang sejenis. Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum, sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu (Desmayanti, 2018). Perlindungan hukum yang di berikan pemerintah Indonesia senantiasa bervariasi dan jika sengketa yang terjadi tidak dapat diselesaikan oleh pihak kementerian maka dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan, seperti yang di lakukan oleh pihak bossini inggris yang melakukan gugatan hingga ke tingkat PK (Peninjauan Kembali). Kondisi perekonomian dimana masyarakat cenderung membeli merek palsu, karena murah Selain itu juga disebabkan persaingan curang yang disebut "passing of". Passing of adalah persaingan curang yang dilakukan dengan cara memproduksi suatu barang yang menggunakan bentuk, tampilan atau desain tertentu dan tidak terdaftar sebagai merek. Contoh kasus adalah Produk Wafer dan Permen Camilio yang hampir sama dengan desain dan komposisi warna dengan Merek Milo (susu coklat dan coklat yang diproduksi PT. Karena memproduksi barang yang tidak sama (antara susu coklat dan coklat Milo dengan wafer dan permen-Camilo) tetapi menggunakan desain dan komposisi yang sama, yang disebut Passing Off.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7616/>

<https://media.neliti.com/media/publications/240363-perlindungan-hukum-terhadap-merek-terdapat-3c929252.pdf>