

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bahwa Perdagangan produk merek palsu/tidak original dengan menggunakan merek terkenal yang dilakukan oleh para pedagang di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya disepanjang Jalan Mataram & Jalan Gejayan Yogyakarta dapat dikatakan sebagai pelanggaran merek yang telah memenuhi unsur-unsur sesuai ketentuan Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek terutama pasal 90, pasal 91, pasal 92, pasal 93 dan pasal 94. Dan dalam pelaksanaan perlindungan hukum Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek ini terbukti belum berlaku secara efektif dikarenakan faktor-faktor penghambatnya antara lain ialah rendahnya SDM, terbatasnya informasi dan wawasan dari pada para pelaku usaha, kurangnya kesadaran hukum para pihak terkait (baik penjual maupun konsumen), lebih mementingkan gaya hidup di zaman sekarang ini yang dimana adanya kebutuhan akan membeli barang bermerek terkenal dengan harga murah, adanya rasa ketidakpedulian pemegang hak merek tersebut terhadap merek yang original untuk memproses gugatan terkait masalah dana terhadap tindak pelanggaran yang dilakukan oleh para pedagang mikro, kecil, dan menengah, mudahnya memberikan izin usaha.
2. Bahwa dalam upaya preventif dan upaya represif dalam pelanggaran merek benar-benar belum optimal, baik dalam proses pengawasan dan pembinaan dari Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta yang menangani HKI dan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menangani proses perdagangan di Kota Yogyakarta, aparaturnya penegak hukum lainnya, maupun instansi-instansi terkait kepada para pelaku usaha,

masyarakat termasuk sang pemilik merek yang jarang melakukan delik aduan menyebabkan tindak pelanggaran terhadap merek sepatu yang tidak original ini masih tetap berlangsung. Alhasil dalam menangani kasus ini selalu terkesan tidak serius dan tidak berkomitmen dalam penanganan tindak pelanggaran merek.

B. Saran

1. Pemilik/Pemegang hak merek sebaiknya bekerjasama dengan masyarakat, Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta yang menangani HKI, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, aparat penegak hukum yang berhubungan dengan masalah perdagangan merek palsu ini beserta instansi-instansi terkait guna mempermudah proses pengawasan terhadap Merek tersebut. Hal ini berguna untuk mendeteksi dan melakukan tindakan apabila terindikasi adanya pelanggaran merek kedepannya menuju lebih baik lagi. Menerapkan kemaksimalan waktu dalam melakukan sosialisasi-sosialisasi tempat pelanggaran merek serta target yang harus dicapai dalam rangka merealisasikan upaya preventif oleh aparat pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Misalnya ditetapkan batas waktu maksimal dalam penjualan merek tertentu, apabila batas waktu telah terlampaui namun masih terdapat tempat-tempat penjualan sepatu-sepatu bermerek palsu di kawasan Jalan Mataram & Jalan Gejayan tersebut, maka POLDA DIY sebagai salah satu aparat penegak hukum dapat bekerja sama dengan sang pemilik merek sebagai pihak delik aduan relatif dan penyidik PPNS Kanwil Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta untuk melakukan upaya/tindakan represif penegakan hukum.
2. Perlunya pengalihan pendaftaran merek dan penghapusan dan pembatalan merek dilakukan secara ketat dan selektif untuk memberikan jaminan bagi pemilik merek yaitu jaminan keadilan dan kepastian hukum. Para penegak hukum yang terkait

masalah pelanggaran merek ini haruslah aktif dalam melakukan pengawasan meskipun tanpa adanya pengaduan dari pemilik merek dan pemegang lisensi hal ini dikarenakan banyaknya barang - barang tidak original/palsu yang dapat diselundupkan yang masuk kedalam negeri. Dan juga peran aktif dari Pemerintah maupun aparaturnya penegak hukum lainnya tidak hanya menunggu laporan/aduan dari pemilik/pemegang hak merek dan lebih memperbanyak personil agar memperketat pengawasan barang-barang tidak original tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Literatur :

H.M. Saifur Rahman, 2009, *Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia*, Majalah Ilmiah Renaisans : Universitas Bondowoso

Meli Santi, 2013, *Pengertian Merek & Fungsi Merek*, Studentsite Universitas Gunadarma : Jakarta

Yunus Ibrahim, 2012. *Pengertian Merek Atau Brand*, diakses pada 12 September, Jakarta : Sribu Corner.

Dheany Arumsari, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Semarang : Universitas Diponegoro.

NN, 2010, *Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek*, CV. Karya Gemilang; Jakarta, hlm.77

David Aaker, 1991. *Managing Brand Equity:Capitalizing on the value of a brand name*. New York : Free Pass

Kotler, Philip;Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip - prinsip Pemasaran (Principles of Marketing)*, Jilid 1, hal. 104, Erlangga, Jakarta.

S. M. Davis, 2000, *Brand Asset Management : driving profitable growth through your brand.*, Jossey-Bass, Inc., Publishers, California, hal. 21

Peter, J. P.,Olson, J. C. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 6th ed.*, McGraw-Hill/Irwin : New York

N. J. Setiadi, 2003. *Perilaku Konsumen : konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media : Jakarta.

Ismail saleh, *Hukum dan Ekonomi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1990, hal:144

Zainal Abidin Farid, 1995, *Hukum Pidana I*, Sinar Grafika, Jakarta.

E. Utrecht, *Hukum Pidana II*, Pustaka Tinta Mas, Surabaya, 2000, hal 257

Kotler, P dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kartono, Agus. 2006, *Karakteristik Pedagang Kaki Lima*, Raja Grafindo Persada : Jakarta.

N.H.T. Siahaan, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, hal.23

Makalah pada Seminar, Konferensi, Simposium :

bem.law.ui.ac.id/fhuiguide/uploads/materi/haki-merek.ppt, Lisensi Merek, FHUI Guide.

<http://workshop-kemendag.com/id/about-us/main-duty/minister-expert-staff>,
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Staff Ahli Menteri, diakses pada hari Sabtu, tanggal 16 Februari 2013, Pukul : 18.15 Wib.

Ensiklopedi, Kamus :

<http://kbbi.web.id/aparatur> *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan).

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan :

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek,

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 2; Peraturan Perundang – undangan yang diatur juga didalam kebijakan yaitu Keputusan Menteri Kehakiman Nomor 03-HC.02.01 tahun 1991 Mengenai Definisi Merek Terkenal. Undang-undang Republik Indonesia No. 28 tahun 2014;

Undang-undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Pasal 11 tentang ciptaan yang dilindungi, Pasal 12 tentang ciptaan yang dilindungi;

Undang-undang No. 7 Tahun 1987;

Undang-undang No. 12 Tahun 1997 tentang melindungi karya cipta

Penjelasan Umum *Undang-Undang RI No. 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, Redaksi Sinar Grafika, Jakarta, hlm v

Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014. Penerbit “Citra Umbara” Bandung. Hlm. 366.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*, pasal 1 angka (2), Sinar Grafika : Jakarta

Website :

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/c15892/perlindungan-merek-terkenal-yang-tidak-terdaftar-di-indonesia>, diakses pada hari Kamis tanggal 19 April tahun 2012.

<http://iyoey.blogspot.com> diakses tanggal 11 September tahun 2011

http://id4.ilovetranslation.com/x_SgmjGZByb=d/, 2016, According to the American Marketing, Aku Suka Terjemahan, Hasil (Bahasa Indonesia) 2.

<http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html>, 2012, Pengertian Citra Merek (Brand Image), Kajian Pustaka.

<http://jalurtikus.blogspot.co.id/2011/12/pengertian-ori-oem-kw-super-kw1-kw2-dan.html>, pengertian ori, oem, kw super, kw1, kw2, dan kw3, diakses hari Jumat tanggal 09 Desember 2011.

<http://kbbi.web.id/aparatur> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan).

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pedagang> Wikipedia Ensiklopedia Bebas, *Pengertian Pedagang*.