

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sektor perdagangan merupakan salah satu bidang ekonomi yang tentunya sangat menentukan tumbuh dan berkembangnya kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya pertumbuhan perdagangan yang sangat cepat secara global menuntut adanya sebuah regulasi yang berisi tentang pengaturan serta perlindungan aspek-aspek di dalam perdagangan. Salah satu hal yang paling penting untuk dilindungi dalam aspek perdagangan, yaitu merek dagang.¹ Namun, dalam persaingan usaha saat ini terutama dalam sektor perdagangan tentunya sering dijumpai sebuah tindakan untuk mencoba meraih keuntungan dengan segala cara yang melanggar etika bisnis, para pelaku ekonomi tidak segan-segan menggunakan cara-cara curang untuk mendapatkan keuntungan finansial, salah satunya dengan berbuat curang atau yang saat ini dikenal adalah pelanggaran terhadap merek dagang.² Hal ini terkadang terlihat tampak sederhana akan tetapi memiliki reaksi yang sangat besar pada perkembangan perdagangan karena terkait pada reputasi pemilik atau pemegang merek dagang.

Berdasarkan data yang di dapatkan dari media terdapat beberapa merk yang terbukti melakukan pelanggaran merek. Contoh kasus pelanggaran merek yang terkenal di Indonesia adalah kasus merek "AQUA". Pemilik merek AQUA yaitu PT Aqua Golden Mississippi merasa pesaingnya melakukan tindakan dengan cara memirip- miripkan merek berupa pencantuman merek "CLUB AQUA" serta merek "AQUARIA" juga warna-warna yang dipakai untuk merek-merek yang bersangkutan, bentuk, ukuran atau format dan kesan

¹I Gusti Bagus Angkasa, 2008, Tindakan Hukum Terhadap Pembongcengan Reputasi (Action For Passing Off) Sebagai Bentuk Pelanggaran Merek Dagang Dalam Hak Atas Kekayaan Intelektual, *Skripsi*, Jember, *Percetakan Universitas Jember*. hal.1.

²Imas Rosidawati Simadirja, 2006, "Pembongcengan Reputasi (Passing Off) Atas Merek Kaitannya Dengan Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Akibat Hukumnya Terhadap Pembangunan Ekonomi Dalam Era Globalisasi", *Jurnal Ilmu Hukum Syiar Madani*, Vol.VIII. NO. 3, Universitas Islam Bandung, Bandung, hal. 292.

selanjutnya dari merek-merek yang bersangkutan.³ Dari kasus ini dapat dilihat pemilik merek “CLUB AQUA” dan merek “AQUARIA” tidak mempunyai itikad baik dalam memakai merek dagangnya, si pemilik ingin cepat mendapatkan keuntungan dan ketenaran dengan merusak citra dari merek “AQUA”.⁴ Contoh berikutnya, PT MONDELEZ INDONESIA (OREO) yang belum mengajukan tuntutan pada PT SIANTAR TOP (ORIORIO) atas dasar merek miliknya yang telah terdaftar lebih dulu. Persamaan pokoknya dalam hal ini adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek OREO dengan merek ORIORIO, yaitu persamaan bunyi dalam ucapan, selain adanya kesamaan dalam cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur tersebut, hingga saat ini belum ada satupun dari para pihak untuk mengajukan tuntutan.⁵ Adanya kasus pelanggaran merek ini telah merugikan pemilik merek terkenal sebagai pemilik merek yang sah atas tindakan pelanggaran merek dari pelaku usaha. Banyak pemilik merek yang merasa dirugikan akibat bermunculnya merek-merek yang mirip dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Akibatnya dapat merugikan secara materiil dan secara immateriil yang meliputi pelanggaran merek yang telah terkenal dan dikhawatirkan merusak citra dari merek terkenal tersebut.⁶

Terdapat kasus yang menarik yaitu produk Camilo yang melakukan pelanggaran merek kepada salah satu produk dari PT. Nestle Indonesia, yaitu Milo. Oleh karena itu, alasan mengangkat kasus ini dikarenakan adanya tindakan pelanggaran merek yang dilakukan oleh Camilo telah merusak citra dari PT. Nestle Indonesia selaku pemilik Milo serta penelitian dengan objek ini belum pernah digunakan dalam penulisan hukum yang lain.

Pemilik merek dagang, baik seseorang maupun badan hukum dalam mengantisipasi terjadinya pelanggaran merek memerlukan perlindungan bagi merek mereka agar tidak digunakan oleh siapapun. Diperlukan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) dalam melindungi

³Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, 1997, Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia, Bandung, PT.Citra Aditya Bakti, hal. 240.

⁴Dio Shafreeza Sunny, 2015, “Tanggung Gugat Produsen Pemilik Produk Yang Melakukan Pemboncengan Reputasi (Passing Off)”, *Skripsi*, Surabaya, *Percetakan Universitas Airlangga*, hal. 7.

⁵*Ibid.*, hal.8

⁶Sri Ahyani, 2012, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Atas Action For Passing Off”, *Jurnal Wawasan Hukum*, Vol. 27 No. 02 September, Sekolah Tinggi Hukum Bandung, Bandung, hal. 540.

Merek, dilansir dari HKI, Merek merupakan bentuk perlindungan HKI yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam perdagangan barang dan jasa, atau mengizinkan orang lain menggunakan merek tersebut melalui sebuah lisensi.⁷ HKI (Hak Kekayaan Intelektual) merupakan suatu hak milik intelektual yang tentunya menentukan sejauh mana itikad baik dari pemilik atau pemegang merek dagang di dalam dunia perdagangan. Tentunya orang atau badan hukum yang ada, sangat peduli tentang pentingnya sebuah nama dan simbol sebagai sebuah *branding* yang digunakan dalam menjalankan bisnis dan pemasaran barang dan jasa.⁸ Dengan adanya Merek sebagai HKI pada dasarnya merupakan tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa. Reputasi di dalam dunia perdagangan dianggap sebagai tolak ukur kesuksesan atau kegagalan dari suatu perusahaan. Adanya merek dagang memiliki tujuan untuk membangun reputasi terhadap suatu produk maupun untuk mengenalkan produk di pasaran.⁹

Penelitian ini menjelaskan mengenai PT. Nestle Indonesia sebagai pihak yang dirugikan, telah menempuh jalur negosiasi untuk menyelesaikan kasus pelanggaran merek yang dilakukan oleh Camilo. Hal tersebut bertujuan agar pelaku pelanggaran merek (Camilo) tidak lagi menggunakan merek yang menyerupai pada pokoknya atau keseluruhannya (desain dan komposisi warna) dari merek terkenal atau bahkan menghentikan aktifitas produksinya atau tidak memakai merek yang menyerupai Milo. Perbuatan pelanggaran merek selain diatur di dalam UU Merek, juga dapat dikenai sanksi yang dapat ditinjau dari hukum pidana, perdata, maupun administrasi.¹⁰ Namun dalam kasus ini, pihak PT. Nestle Indonesia selaku pemilik produk Milo dengan pihak Camilo menggunakan upaya negosiasi atau sarana non litigasi dalam penyelesaian kasus. Agar tindakan semacam ini tidak terulang kembali maka diperlukan juga kepedulian dari para pelaku usaha serta konsumen bukan hanya penegak hukum saja karena jenis pelanggaran

⁸ Rahmi Jened, 2015, Hukum Merek (Trademark Law), *Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenadamedia Group, 2015, hal. 3.

⁹Endang Purwaningsih, Muslikh, dan Nurul Fajri Chikmawati, 2019, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi: Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*, Malang, Setara Press, hal. 15.

¹⁰Muhamad Djumhana dan Djubaedillah, 1997, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, hal. 93.

merek semacam ini harus ditekan semaksimal mungkin agar terjadi kemajuan perdagangan Indonesia, dan jika hal ini berada pada tatanan yang seimbang maka akan menjadi benih dari perkembangan perdagangan dunia.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Bagaimana penyelesaian hukum atas kasus pelanggaran merek yang dilakukan oleh produk Camilo terhadap produk Milo?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

Untuk memberikan solusi penyelesaian hukum yang dilakukan oleh Milo terhadap produk Camilo.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Guna memberikan sumber pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum terutama dalam bidang Kekayaan Intelektual yaitu mengenai merek dagang khususnya perihal pelanggaran merek dan juga sebagai landasan untuk penelitian yang lebih lanjut bagi yang tertarik untuk mengkaji perihal Kekayaan Intelektual khususnya mengenai batasan pelanggaran merek dalam merek dagang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menemukan persoalan mengenai kasus pelanggaran merek Milo yang dilakukan oleh Camilo serta memberikan informasi perlindungan hukum bagi pemegang merek dagang.

2) Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat selaku konsumen maupun juga pemegang merek dagang mengenai pentingnya perlindungan terhadap pelanggaran merek.

3) Bagi Pemerintah

Dapat menjadi masukan bagi pemerintah untuk membuat peraturan yang jelas untuk pelanggaran merek dalam perundang-undangan guna dijadikan upaya perlindungan hukum terhadap pemegang merek dan konsumen demi menghindari terjadinya pelanggaran merek.

E. KEASLIAN PENELITIAN

Penelitian hukum dengan judul Analisis Kasus Pelanggaran Merek “Milo” Produk PT. Nestle Indonesia Yang Dilakukan Oleh Produk “Camilo”, merupakan hasil karya asli penulis. Karya ini merupakan hasil karya buah pemikiran penulis dan bukan merupakan sebuah plagiasi. Sebagai pembanding, ada penulisan hukum yang membedakan penelitian hukum ini, yaitu :

1. Skripsi

a. Judul Skripsi

Studi terhadap Produksi Dan Penjualan Produk-produk Rokok
Passing Off Di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati

b. Identitas Penulis

Nama : Tri Edy Susanto

Nomor Induk Mahasiswa : 100.040.147

c. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimanakah profil passing off dalam produksi dan penjualan rokok passing off yang beredar di Kecamatan Tayu kabupaten Pati?
- 2) Bagaimanakah kesadaran hukum masyarakat terhadap keberadaan passing off dalam produksi dan penjualan rokok passing off di Kecamatan Tayu kabupaten Pati?

d. Kesimpulan

- 1) Pada tahun 2000 diperkirakan mencapai 6,5 juta orang, antara lain: 250.000 pekerja pabrik rokok, sebanyak 2,5 juta orang petani tembakau, petani cengkeh 1,9 juta, pedagang asongan 1150 orang dan pekerja jasa transportasi dan distribusi 0,9 juta orang merupakan sumbangan tenaga kerja pada sektor lain yang terkait dengan industri rokok karena pada tahun tersebut industri rokok merupakan salah 1 sumber pendapatan pajak bagi pemerintah dan penyerapan tenaga kerja. Industri ini juga merupakan penyumbang cukai terbesar, diperkirakan 90% dari total cukai berasal dari industri rokok. Oleh karena itu pada masa itu merupakan pelaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi yang menyebabkan masyarakat berlomba-lomba ingin mendapatkan penghasilan dengan berbagai macam cara dan dalam setiap masyarakat akan dijumpai suatu perbedaan, antara perikelakuan (*pattern of behavior*) yang berlaku

dalam masyarakat dengan pola-pola perikelakuan yang dikehendaki oleh norma-norma hukum.

- 2) Dengan adanya pembangunan ekonomi pada tahun tersebut banyak sebagian masyarakat yang berada pada kondisi perekonomian keluarga yang tidak menentu justru membuat sebagian masyarakat yang melakukan pelanggaran dengan cara membuat dan memasarkan rokok *passing off*. Dengan menghalalkan berbagai cara, salah satunya dengan membuat dan juga memasarkan rokok *passing off* tersebut salah satunya adalah keinginan untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan sangat mudah dengan cara mencoba, meniru atau memiripkan merek-merek rokok yang terkenal di pasaran. Pemalsuan merek ini merupakan suatu upaya atau tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang yang mengarah kepada adanya suatu persaingan tidak sehat atau pelanggaran dibidang hak kekayaan intelektual yang dalam hal ini adalah hukum merek. Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 Tentang Merek: Merek 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. Kondisi peredaran rokok dengan merek palsu di pasaran sudah sangat luas dan menyebar hampir di seluruh pelosok Indonesia terutama di daerah Kecamatan Tayu kabupaten Pati peredaran rokok *passing off* sudah semakin marak atau mudah ditemui, hampir setiap pedagang kecil atau kios-kios yang terdapat di pinggir jalan menjual rokok *passing off*. Rokok

tersebut telah didistribusikan oleh sales dengan cara menitipkannya kepada pemilik toko, dengan pembayaran yang ditangguhkan, karena hasil penjualan akan diserahkan apabila rokok dengan merek palsu tersebut laku terjual.

- 3) Menurut Undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek tentu saja tertuju pada perilaku masyarakat yang melakukan pelanggaran terhadap merek, khususnya dalam hal pembelian rokok *passing off* karena hal ini tentu menunjukkan bahwa masih rendahnya pemahaman terhadap norma-norma hukum yang berlaku khususnya yang tercantum dalam. Namun adanya pelanggaran ini juga terjadi karena dipicu oleh kondisi perekonomian yang menyebabkan masyarakat cenderung lebih suka untuk membeli produk palsu, karena mereka lebih mementingkan harga yang ditawarkan dari produk palsu tersebut sekalipun kualitasnya jauh berbeda dari produk aslinya. Oleh karena itu, harus ada kesadaran hukum merupakan kesadaran atau nilai-nilai yang terdapat di dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang di harapkan ada. Karena yang ditekankan adalah nilai-nilai tentang fungsi hukum dan bukan suatu penilaian hukum kejadian-kejadian yang konkrit dalam masyarakat yang bersangkutan. Terjadinya pelanggaran terhadap pembuatan rokok *passing off* yang diperdagangkan jelas merugikan berbagai pihak. Maka sebaiknya, penegak hukum bertindak dengan tegas oknum-oknum yang melakukan pelanggaran pembuatan dan penjualan rokok *passing off* tanpa pandang bulu dan juga sebagai masyarakat yang bijak sebaiknya kita perlu adanya keterlibatan dengan tidak mengkonsumsi atau

membeli rokok *passing off* (rokok buatan oknum tertentu yang menyerupai rokok dengan merek terkenal) di pasaran.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dari kasus yang diteliti pada produk Milo dengan Camilo, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai produksi dan penjualan produk rokok *passing off* di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati. Oleh karena itu, judul yang diteliti adalah Analisis Kasus Pelanggaran Merek “Milo” Pada Produk PT. Nestle Indonesia Yang Dilakukan Oleh Merek “Camilo”.

2. Skripsi

a. Judul Skripsi

Tinjauan Yuridis Sengketa Persamaan Merek Pada Pokoknya Antara PT. Kalimantan Steel Melawan PT. Indo Metal Tech Products Dan PD Berkat Jaya

b. Identitas Penulis

Nama : Siti Fatimah
Nomor Induk Mahasiswa 11150480000177
Program Studi : Fakultas Syariah Dan Hukum
Universitas Islam Negeri Syarif
Hidayatullah Jakarta
Tahun Penelitian 2020

c. Rumusan masalah

- 1) Bagaimana pertimbangan Majelis Hakim dalam memutuskan sengketa persamaan pada pokoknya merek “Roket dan Lukisan” dengan “Roket Emas dan Lukisan” antara PT

Kalimantan Steel melawan PT Indo Metal Tech Products dan PD Berkat Jaya?

- 2) Apakah gugatan terkait persamaan merek pada pokoknya oleh PT Kalimantan Steel dapat dilakukan kepada PT Indo Metal Tech Products apabila merek yang dipersengketakan dalam tahap mendaftarkan merek?

d. Kesimpulan

- 1) Alat bukti yang diajukan di muka pengadilan memiliki kaitan yang erat dengan pertimbangan hakim yang kemudian dijadikan pijakan untuk memutus suatu sengketa. Dalam hal ini pada pertimbangannya majelis hakim tidak menjadikan kata “Roket” sebagai unsur yang menonjol untuk menyatakan merek milik PT Indo Metal Tech Products mempunyai persamaan merek pada pokoknya dengan merek PT Kalimantan Steel dan menyatakan Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat sudah tepat serta tidak salah dalam menerapkan hukum. Berdasarkan bukti P.1-P.12b yang diajukan oleh penggugat/pemohon yaitu PT. Kalimantan Steel dimuka pengadilan tidak dapat menyatakan bahwa merek tergugat I/termohon I yaitu PT. Indo Metal Tech Products memiliki persamaan merek pada pokoknya. Untuk membuktikan adanya persamaan merek pada pokoknya dengan gugatan ganti rugi yang menjadi dalil gugatannya, penggugat/pemohon tidak dapat mengajukan bukti yang meyakinkan di muka pengadilan terlebih bukti yang menyatakan adanya kerugian penggugat/pemohon pun tidak dapat menyajikan kerugian dengan jelas.

2) Pada perkara PT. Kalimantan Steel melawan PT. Indo Metal Tech Products, PT. Kalimantan Steel dapat melakukan gugatan kepada PT. Indo Metal Tech Products yang sedang dalam tahap pendaftaran merek kepada DJKI karena sesuai fakta yang terungkap di pengadilan bahwa PT. Kalimantan Steel lebih dulu mengajukan gugatannya kepada Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada 04 Juli 2014 yang kemudian disusul oleh PT. Indo Metal Tech Products yang mendaftarkan merek kepada DJKI pada 15 Juli 2014.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dari kasus yang diteliti pada produk Milo dengan Camilo, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai Tinjauan Yuridis Persamaan Merek Pada Pokoknya. Oleh karena itu, penulis meneliti mengenai Analisis Kasus Pelanggaran Merek “Milo” Pada Produk PT. Nestle Yang Dilakukan Oleh Merek “Camilo”

3. Skripsi

a. Judul Skripsi

Penyelesaian Sengketa Merek Terkenal Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis

b. Identitas Penulis

Nama : Rizky Handayani
Nomor Induk Mahasiswa : 16.840.0073
Program Studi : Fakultas Hukum Universitas Medan
Area
Tahun Penelitian : 2013

c. Rumusan masalah

- 1) Bagaimana pengaturan hukum merek terhadap merek Terkenal?
- 2) Apakah Undang-Undang merek saat ini dapat memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek terkenal ?
- 3) Bagaimana pertimbangan hakim dalam menyelesaikan perkara merek terkenal ?

d. Kesimpulan

- 1) Pengaturan hukum merek sistem yang dianut di Indonesia sistem *File to file* yang berarti pendaftar pertamalah yang akan dilindungi, akan tetapi berdasarkan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pemohon pendaftaran merek itu harus dengan itikad baik. Jadi pendaftar pertama yang dilindungi haknya adalah pendaftar yang beritikad baik.
- 2) Kepastian hukum sebagai salah satu tujuan hukum dapat dikatakan sebagai bagian dari upaya mewujudkan keadilan, hal ini merupakan bentuk nyata dari kepastian hukum yang mana pelaksanaan atau penegakan hukum terhadap suatu tindakan tanpa memandang siapa yang melakukannya. Dengan adanya kepastian hukum setiap orang dapat memperkirakan apa yang akan dialami jika melakukan tindakan hukum tertentu.
- 3) Majelis hakim menilai bahwa memang terdapat kesamaan, kemiripan, dan unsur-unsur yang menonjol antara merek Hugo Boss dengan merek Hugo Sport, karena kedua merek tersebut sama-sama memiliki kata Hugo yang notabene kata tersebut dari nama pendiri penggugat. Dengan begitu, kuasa Hukum Hugo Boss menganggap pendaftaran merek Hugo Sport milik Teddy itu

dilandasi dengan itikad tidak baik dan mencoba membongceng ketenaran dari merek milik penggugat yang diklaminya sebagai merek terkenal. Hal tersebut jelas akan menguntungkan Tergugat secara tidak sewajarnya, akan tetapi jelas akan merugikan pihak Penggugat. Keadaan ini dapat dianggap sebagai upaya Tergugat untuk membongceng pada ketenaran merek Hugo Sport yang menyebabkan kerugian pada pihak Hugo Boss.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dari kasus yang diteliti pada produk Milo dengan Camilo, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai Penyelesaian Sengketa Merek Terkenal Antara Hugo Boss dengan Hugo Sport. Oleh karena itu, judul yang diteliti adalah Analisis Kasus Pelanggaran Merek “Milo” Pada Produk PT. Nestle Yang Dilakukan Oleh Merek “Camilo”.

F. BATASAN KONSEP

1. Pelanggaran Merek

Pelanggaran merek adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak beritikad baik yang mana hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan secara mudah, dengan meniru, atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat. Tindakan tersebut dapat merugikan pemilik merek serta masyarakat.

2. Milo

Merek Milo merupakan produk dari Nestlé Indonesia yang merupakan anak perusahaan Nestlé S.A., yang berpusat di Vevey, Swiss, dan telah beroperasi selama hampir 150 tahun. Sebagai perusahaan gizi, kesehatan dan keafiatan terkemuka di dunia, Nestlé mulai beroperasi di Indonesia tahun 1971. Nestlé Indonesia kini mempekerjakan lebih dari 3.300 karyawan dan mengoperasikan 4 pabrik yaitu Pabrik Kejayan di Jawa Timur untuk mengolah produk susu seperti DANCOW dan BEAR BRAND, Pabrik Panjang di Lampung untuk mengolah kopi instan NESCAFÉ, Pabrik Cikupa di Banten untuk memproduksi produk kembang gula FOX'S, POLO dan CRUNCH, serta Pabrik Karawang di Jawa Barat untuk memproduksi DANCOW, MILO dan CERELAC. Moto Nestlé "*Good Food, Good Life*" menggambarkan komitmen Nestlé untuk senantiasa memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu makanan dan minuman yang berkualitas, bergizi, aman untuk dikonsumsi, serta lezat rasanya.¹¹ Milo sendiri adalah minuman cokelat dengan paduan malt yang unik bercampur dengan susu bubuk skim yang memberikan rasa yang enak, "smooth and rich". Milo cocok untuk dinikmati sebagai minuman panas dan dingin.¹²

3. Merek

Menurut UU No 16 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek pada dasarnya ialah tanda

¹¹<https://cda.ipb.ac.id/member/employer/view/1366/nestle-indonesia-pt>, diakses pada tanggal 30 September 2021

¹²<https://www.nestleprofessional.co.id/brand/milo>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2021

untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Karena melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan untuk mencegah dari adanya tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang bermaksud untuk membongceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan pengusaha.¹³

4. Camilo

Produk Camilo merupakan produk yang telah terdaftar di HKI pada tahun 2001. Camilo yang memproduksi produk wafer dan permen cokelat memiliki desain dan komposisi warna yang hampir sama dengan Merek Milo yang mana Milo memproduksi susu cokelat dan cokelat dan . Hal ini merupakan pelanggaran merek, karena memproduksi barang yang memiliki kemiripan dalam penamaan produk dan bentuk logo, serta penambahan kata Ca di depan huruf Milo, hal ini membuat sebagian kalangan masyarakat berfikir bahwa Camilo dengan Milo merupakan produk yang berasal dari satu pabrik yang sama, hal inilah yang disebut sebagai pelanggaran merek.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian hukum yang digunakan ialah jenis penelitian hukum empiris. Jenis penelitian empiris merupakan penelitian yang dilakukan dengan berfokus pada fakta sosial yang ada yaitu tindakan pelanggaran merek yang diderita oleh PT. Nestle

¹³Rahmi Jened., Loc. Cit, hal. 3.

pada produk “Milo” yang dilakukan oleh Camilo. Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada responden untuk memperoleh data primer sebagai data utama dan didukung oleh data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

2. Sumber Data

Dalam penulisan hukum/skripsi ini digunakan data primer sebagai data utama dan data sekunder yang berupa publikasi/laporan.¹⁴ Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber dengan melakukan wawancara pada PT. Nestle. Penelitian ini juga merupakan tipe penelitian dengan melakukan pendekatan perundang-undangan, oleh karena itu bahan hukum yang dikaji antara lain¹⁵:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, sehingga bahan hukum primer dalam penelitian ini yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang merupakan pendapat ahli dan pendapat bukan hukum yang diperoleh dari buku-buku dan internet.

3. Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penulisan ini adalah dengan cara:

- a) Studi Kepustakaan.

Studi Kepustakaan merupakan metode yang mengkaji, menelaah, dan mempelajari jurnal, hasil penelitian hukum, dokumen-dokumen resmi negara

¹⁴Kornelius Benuf, 2020, “Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer”, *Jurnal Gema Keadilan*, Volume 7 Edisi I, LPM Gema Keadilan, hal. 25.

¹⁵Jonaedi Efendi dan Johny Ibrahim, Op.Cit., hal. 173.

seperti peraturan perundang, serta literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.¹⁶

b) Wawancara

Dilakukan terhadap narasumber secara langsung dengan mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan. Pertanyaan yang diberikan secara terstruktur tentang perlindungan hukum yang ada dalam kasus pelanggaran merek.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data, maka dapat dilakukan interpretasi data dengan mudah.¹⁷ Hal ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian dan menemukan solusi yang sesuai dengan permasalahan yang terjadi, sehingga analisis data ini dilakukan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yaitu:

- a. Data primer, berupa data kualitatif (berupa: pendapat, keterangan atau penjelasan dari narasumber dan data lain yang tidak dapat dikuantitatifkan) maupun data kuantitatif (berupa : pendapat, keterangan atau penjelasan dari responden dan data lain yang dapat dikuantitatifkan dalam bentuk table, diagram atau grafik), dideskripsikan atau di paparkan dengan menggunakan kalimat yang menjelaskan tentang data tersebut.
- b. Data sekunder berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dideskripsikan atau dipaparkan dengan menggunakan kalimat yang menjelaskan tentang data tersebut. Bahan hukum primer yang berupa peraturan perundang-undangan, sesuai 5 tugas ilmu hukum normatif/dogmatif, yaitu deskripsi hukum positif, sistematisasi hukum positif, analisis hukum positif, interpretasi hukum

¹⁶ Kornelius Benuf, Op. Cit., hal. 26.

¹⁷Nugraha Setiawan, 2005, "*Pengolahan dan Analisis Data*", *Diktat Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta, Departemen Pendidikan Nasional Inspektorat Jendral, hal. 1.

positif, dan menilai hukum positif. Bahan hukum sekunder yang berupa pendapat hukum dianalisis dan dicari perbedaan dan persamaan pendapat hukumnya

- c. Data primer maupun data sekunder kemudian dianalisis, yaitu dengan memberikan interpretasi atau memberikan makna dengan argumentasi hukum. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu analisis dengan ukuran-ukuran kualitatif.
- d. Berdasarkan analisis data tersebut proses penalaran/metode berpikir dalam menarik kesimpulan digunakan metode berfikir induktif, yaitu proses berawal dari proposisi-proposisi (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir pada suatu kesimpulan.

H. SISTEMATIKA SKRIPSI

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I ini menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Keaslian Penelitian, Batasan Konsep, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi yang berisi mengenai awal mula penelitian ini mengangkat judul terjadinya pelanggaran merek pada produk PT. Nestle Indonesia “Milo” yang dilakukan oleh Produk Camilo

BAB II: PEMBAHASAN

Bab II ini menguraikan mengenai segala sesuatu yang berisi tentang analisis kasus pelanggaran merek yang dialami oleh PT. Nestle pada produk “Milo” yang dilakukan Camilo.

BAB III: PENUTUP

Bab III ini berisi mengenai mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan terdapat saran yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum khususnya tentang hukum ekonomi dan bisnis khususnya pelanggaran merek.

