

BAB III

PENUTUP

KESIMPULAN

Penyelesaian hukum atas kasus pelanggaran merek yang dilakukan oleh Camilo pada produk PT. Nestle Indonesia yaitu “Milo” telah diproses dengan menggunakan sistem non litigasi yaitu menggunakan forum negosiasi. Bahwa hasil negosiasi tersebut menyatakan bahwa Camilo harus melakukan *take down* pada produknya yang sempat beredar di pasaran dan *internet* serta tidak menyebarluaskan produksinya. Hal ini dilakukan karena Camilo melakukan pelanggaran merek dengan jenis persamaan pada pokoknya pada produk “Milo” dengan menyerupai bentuk desain, komposisi yang sama dengan Milo, dan juga menambahkan kata Ca di depan huruf Milo, sehingga mengakibatkan masyarakat berpotensi menganggap Camilo merupakan produk dari PT. Nestle alias satu pabrik dengan Milo.

SARAN

Adanya kasus pelanggaran merek di Indonesia yang telah terjadi cukup lama memerlukan kesadaran bagi pelaku usaha dalam membuat serta mendaftarkan merek agar dapat memiliki daya pembeda untuk produk yang satu dengan yang lainnya, hal ini dilakukan agar merek produk tersebut dapat melekat di hati konsumen dengan mengingat merek tersebut, merek dapat dibuat sekreatif mungkin agar terlihat unik dan berbeda dengan yang lainnya. Perlu kesadaran dari pelaku usaha dikarenakan terdapat beberapa permasalahan pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia, yaitu: Tupperware vs Tulipware, Ciptadent Formula Strong vs Pepsodent Formula Strong, Freshcare vs Safecare, dan Oriorio vs Oreo), beberapa produk tersebut sempat bersitegang di Pengadilan, dan hingga saat ini beberapa produk tersebut masih saja beredar di pasaran. Dengan adanya peraturan perundang-undangan No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bagi pelaku usaha dalam mendaftarkan merek, membuat memahami arti merek dan melakukan gugatan apabila terdapat merek lain yang menyerupai

merek terdaftar agar terdapat keadilan dalam dunia perdagangan, karena apabila tanpa adanya peraturan perundang-undangan No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka perusahaan dapat merasa terancam karena terbukalah peluang bagi pihak lain untuk melakukan pelanggaran merek terhadap merek mereka baik merek terkenal maupun terdaftar. Hal inilah seperti yang telah dibahas sebelumnya, seperti yang terjadi dalam kasus pelanggaran merek yang dilakukan oleh Camilo pada produk Milo. Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan tentang Merek dan Indikasi Geografis perlu dipahami dan dimengerti. Dengan demikian, keadilan dalam penegakan hukum di bidang Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia akan meningkat dan kepercayaan perusahaan terhadap hukum terlebih dalam kepastian berbisnis di Indonesia juga akan semakin baik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Endang Purwaningsih, Muslikh, dan Nurul Fajri Chikmawati, 2019, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi: Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*, Malang, Setara Press.
- Haris Munandar, Sally Sitanggang, 2008, *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-beluknya*, Jakarta: Erlangga.
- Jacki Ambadar, Miranty Abidin dan Yanty Isa, 2007, *Mengelola Merek*, Jakarta, Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Jonaedi Efendi dan Johny Ibrahim, 2016, *Metode Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Prenada Media Group, Depok.
- Kotler, Philip, 2000, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta. Prenhalindo.
- Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, 1997, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Bandung, PT.Citra Aditya Bakti.
- Much. Nurachmad, 2012, *Segala tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru, Yogyakarta.
- OK. Saidin, 2010, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung, PT.Alumni.
- Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenadamedia Group.
- Tim Lindsey, dkk. 2013, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: P.T. Alumni.
- Yahya Harahap. M, 1996, *Tinjauan Merk Secara Umum Dan Hukum Merk Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 1992*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Jurnal

- Imas Rosidawati Imadirja, 2006, “*Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Atas Merek Kaitannya Dengan Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Akibat Hukumnya Terhadap Pembangunan Ekonomi Dalam Era Globalisasi*”, Jurnal Ilmu Hukum, Vol.VIII No.3 November 2006.
- Kornelius Benuf, 2020, “*Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer*”, Jurnal Gema Keadilan, Volume 7 Edisi I, LPM Gema Keadilan.
- Muhammad Ferdian, 2019, “*Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur*”, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Volume 9 No. 2, Maret 2019
- Nugraha Setiawan, 2005, “*Pengolahan dan Analisis Data*”, Diktat Metodologi Penelitian Sosial, Departemen Pendidikan Nasional Inspektorat Jendral.
- Sri Ahyani, 2012, “*Perlindungan Hukum Terhadap Merek Atas Action For Passing Off*”, Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 27.

SKRIPSI