

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara kita sangat strategis dan secara geografis terletak pada lalulintas perdagangan internasional, dimana perdagangan yang terjadi membawa dampak pada perkembangan ekonomi Negara Indonesia. Sistem ekonomi yang terbuka yang dipakai oleh Indonesia banyak memberi peluang bagi masuknya modal asing, sehingga akan memperluas arus perdagangan dan menunjang kemajuan serta peningkatan dalam berbagai bidang ekonomi, sosial, politik maupun hukum, semua aspek ini dapat menunjang terwujudnya cita-cita pembangunan nasional.

Didalam era perdagangan global peran merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan hal itu diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek, dengan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia serta pengalaman melaksanakan administrasi merek, diperlukannya penyempurnaan Undang-undang merek yaitu Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992, selanjutnya diubah dengan Undang-undang Nomor 14 tahun 1997, yang selanjutnya disebut dengan Undang-undang merek yang lama dengan satu Undang-undang merek yang baru yaitu Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001.

Permasalahan merek sangat erat sekali kaitannya dengan produk yang ditawarkan oleh produsen baik berupa barang maupun jasa. Bagi konsumen timbul satu pretise tersendiri bila ia menggunakan merek tertentu, jadi didalam masyarakat ada

semacam anggapan, bahwa merek yang digunakan dapat menunjukkan status sosial sang pemakai merek. Kondisi ini tentunya dapat dimanfaatkan oleh produsen yang ingin mengambil keuntungan secara tidak sah (*illegal*) yakni dengan menggunakan merek yang sudah dikenal masyarakat terhadap hasil produksinya. Persoalan yang timbul akibat adanya pelaksanaan kejahatan terhadap hak atas merek oleh orang yang tidak bertanggungjawab, biasanya berupa pemalsuan atau peniruan merek milik orang lain yang cukup terkenal dan berkualitas baik. Hal ini tentunya dapat merugikan konsumen, karena barang yang ditawarkan kualitasnya berbeda dengan aslinya. Dalam pasal 1 butir 1 Undang-undang merek disebutkan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata-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.

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa pengaruh terhadap dunia perdagangan dengan segala perubahan dan penemuan-penemuan baru, yang ditandai dengan munculnya bermacam-macam merek produksi. Dalam hal ini masalah merek didalam dunia perdagangan sangat memegang peran penting, terutama untuk melindungi khalayak ramai terhadap barang-barang tiruan yang bermutu rendah, memakai suatu merek yang sudah terkenal dianggap sebagai barang yang bermutu dan kualitasnya baik. Untuk mengadakan penertiban dalam bidang perdagangan serta menjamin dan menjaga kualitas suatu produk industri, diperlukan suatu peraturan atau perundang-undangan yang didalamnya mengatur mengenai merek

Didalam Undang-undang merek melarang setiap orang untuk memakai merek terdaftar milik orang lain, baik dengan meniru merek yang sudah terdaftar milik orang

lain pada pokoknya ataupun keseluruhannya. Memakai merek terdaftar milik orang lain merupakan tindak pidana tentang pemalsuan merek. Dalam Pasal 72 ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 menyebutkan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap orang atau badan hukum yang menggunakan mereknya, yang mempunyai persamaan baik pada pokoknya atau pada keseluruhannya, tanpa memiliki hak, berupa permintaan ganti rugi dan penghentian pemakaian merek tersebut. Selain itu dapat pula dituntut pidana atas dasar pasal 256 Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)

Merek merupakan suatu tanda (*sign*) yang berfungsi untuk membedakan hasil produksi suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain atas barang-barang yang sama atau sejenisnya. Berhubungan dengan ini Mulyana Lubis mengatakan:

“Merek itu adalah sebuah tanda yang pada dirinya terkandung daya pembedaan yang cukup (*capable of distinguishing*) dengan barang-barang lain yang sejenisnya. Kalo tidak ada daya pembedaan, maka tidak mungkin disebut merek”¹

Merek yang dimaksud didalam Undang-undang merek Nomor 19 Tahun 1992 terdapat dua (2) macam yaitu merek dagang dan merek jasa yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Sebagai perlindungan bagi pemakai pertama suatu merek dan juga untuk mencegah adanya kegiatan yang merugikan kepentingan umum maka pemerintah membuat suatu kebijakan berupa Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang merek yang diundangkan pada tanggal 1 April 1993 menggantikan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan dan dirasakan sudah tidak

¹ Djoko Prakoso, 1987, *Perselisihan Hak Atas Merek Indoneisa*, Liberty, Yogyakarta, hlm. 12

sesuai lagi dengan kondisi perkembangan perekonomian dan industri di tanah air kita saat ini. Hal ini membuktikan bahwa kepedulian pemerintah terhadap perlindungan akan penggunaan merek oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, sehingga dipandang perlu untuk menyempurnakan Undang-undang merek lama yang mempunyai banyak kelemahan dengan Undang-undang merek yang baru, seperti yang tercantum diatas.

Peraturan tentang merek memberikan hak atas cap atau merek yakni hak monopoli terhadap pengusaha yang mendaftarkan mereknya sehingga perusahaan yang bersangkutan mempunyai monopoli dan merupakan hak yang tidak dapat diganggu gugat.

Asas-asas yang dianut dalam Undang-undang merek yang baru ini adalah sistem konstitutif yaitu bahwa pendaftaranlah yang menciptakan hak atas merek dan hak ini akan berlangsung apabila merek tersebut terdaftar pada kantor merek, jadi pendaftaran adalah mutlak untuk terjadinya hak atas merek, tanpa pendaftaran tidak ada hak atas merek juga tidak ada perlindungan bagi merek yang bersangkutan.

Adanya pendaftaran merek tersebut menandakan bahwa hak monopoli memberikan perangsang bagi para pengusaha untuk memelihara dan menjaga kualitas barang yang dihasilkan, disamping itu juga mendapat perlindungan hukum oleh Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992, sebagai pemilik merek yang sah agar merek terdaftar yang telah dimilikinya tidak dipakai oleh orang lain dengan tanpa hak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk barang-barang yang bukan produksi pemilik merek

Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 memberikan perlindungan terhadap pemilik merek yang sah sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 yang berbunyi:

“hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk memakainya”²

Adanya perlindungan atas merek dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992, tidak akan terjadi suatu kekeliruan atau pemalsuan merek, karena Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992, dalam pasal 3 mengatakan adanya perlindungan kepada pihak pertama pemakai merek

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya pemalsuan merek?
2. Upaya-upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangi pemalsuan merek ?

C. Tujuan penelitian

Berkaitan dengan permasalahan tersebut diatas maka tujuan penelitian untuk menyusun skripsi ini adalah:

1. Ingin mengetahui upaya-upaya apakah yang dilakukan dalam penanggulangan pemalsuan merek.

² Yoshiro Sumida-Insan Budi Maulana, 1994, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia Jepang*, Pustaka Harapan, Jakarta, hlm 43

2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya pemalsuan merek.

D. Manfaat penelitian

Penelitian hukum ini diharapkan dapat memberi manfaat, seperti:

1. Bagi masyarakat

Penelitian hukum ini diharapkan agar dapat memberi jalan terang bagi masyarakat, dalam hal ini memberikan pemahaman tentang merek serta perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek dan menambah wawasan pengetahuan mengenai masalah-masalah yang terkait dengan pemalsuan merek .

- 2 Bagi pemerintah

Sebagai masukan bagi pemerintah untuk lebih ekstra dalam menyikapi berbagai macam modus yang dilakukan oleh pelaku usaha serta memberikan sanksi tegas kepada siapapun yang menggunakan merek milik orang lain tanpa ijin pemiliknya, yang diatur didalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek

- 3 Bagi aparat Direktorat Merek

Meberikan kontribusi sebagai tambahan berupa pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum khususnya tentang hak atas kekayaan intelektual berkaitan dengan pemalsuan merek.

- 4 Bagi ilmu pengetahuan

Sebagai suatu sumbangan pengetahuan yang dapat memperkaya khazanah ilmu

E. Batasan konsep

Batasan konsep yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah “Penanggulangan Tindak pidana Pemalsuan Merek”

1. Menanggulangi adalah suatu tindakan preventif dan segala upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi atau meminimalisir sesuatu yang tidak dikehendaki
2. Tindak pidana dapat disebut sebagai *strafbaar feit* adalah suatu kelakuan manusia yang diancam pidana oleh peraturan undang-undang, jadi suatu kelakuan yang pada umumnya dilarang dengan ancaman pidana³
3. Pemalsuan adalah proses, cara, perbuatan, upaya atau tindakan meniru sesuai bentuk, mirip atau serupa dengan aslinya⁴
4. Merek menurut undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 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.

Dari berbagai keterangan diatas maka dapat ditarik suatu kesimpulan yang utuh tentang batasan konsep penelitian hukum, sejauh manakah ketentuan hukum pidana memberikan perlindungan hukum kepada pemegang hak atas merek dan langkah-langkah apa yang diambil untuk mencegah terjadinya pemalsuan merek.

F. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum “Penanggulangan Tindak pidana Pemalsuan Merek” adalah:

³ Bambang Poernomo, 1983, *asas-asas hukum pidana*, Ghalia Indonesia, Jakarta hlm 91

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, Balai Pustaka, hlm. 817

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah jenis penelitian hukum normatif yakni penelitian hukum yang mengkaji norma-norma hukum yang berlaku, didalam penelitian normatif ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder selain itu juga mengadakan penelitian hukum dengan mengkaji hukum positif yang berlaku tentu saja berkaitan dengan merek.

2. Sumber data

Dalam penelitian hukum normatif data sekunder dipakai sebagai data utama, data sekunder berupa:

- a. Bahan hukum primer adalah bahan yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan yaitu:
 1. Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan
 2. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang merek
 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 tentang merek
 4. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek.
 5. Peraturan pemerintah Nomor 23 Tahun 1993 tentang tata cara permintaan pendaftaran merek.
 6. Kitab Undang-undang hukum pidana (KUHP)

- b. Bahan hukum sekunder adalah segala sesuatu bahan yang digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang terdiri dari buku-buku literatur kepustakaan dan web site.
 - c. Nara sumber
Yaitu melakukan wawancara dengan bapak Antonius Widijantono. SH, hakim ekonomi pengadilan negeri yogyakarta.
3. Analisis bahan hukum, berhubung jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, maka analisis bahan hukum yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisis dengan menggunakan ukuran kualitatif, analisis kualitatif menggunakan beberapa tahap, yakni:
- a) Deskripsi hukum positif adalah suatu proses pemaparan ketentuan-ketentuan yang terkait dengan masalah yang diteliti. Memaparkan beberapa ketentuan yang berkaitan dengan tindak pidana pemalsuan merek
 - b) Sistematisasi hukum positif yakni dengan menggolong-golongkan ketentuan-ketentuan yang saling berbenturan dan mengakibatkan konflik hukum
 - c) Analisis hukum positif terhadap konflik yakni dengan cara melihat pengaturan-pengaturan yang menimbulkan konflik hukum kemudian membandingkannya dengan ketentuan yang baru dengan yang lama sehingga asas *lex posterior derogat legi imperiori* dipakai disini. Ketentuan yang baru pada penelitian hukum ini adalah Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek mengalahkan undang-undang yang ada sebelumnya yaitu Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan

merek perniagaan, Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1992 tentang merek

- d) Intepretasi hukum, digunakan untuk memperoleh kejelasan tentang masalah yang diteliti. Intepretasi hukum yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah intepretasi teleologis, pada umumnya setiap intepretasi adalah teleologis dan intepretasi sistematis yang bertitik tolak dari sistem aturan mengartikan suatu ketentuan hukum⁵
- e) Memberikan penilaian terhadap hukum positif.

⁵ P.M Hadjon, 1994, *Yuridik Majalah Fakultas Hukum UNAIR*, No. 6 Tahun IX November-Desmber