



LAPORAN PENELITIAN  
DIPA PNBP UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN ANGGARAN 2006

**PEMBAJAKAN MEREK MERUSAK  
PEREKONOMIAN NASIONAL**

Peneliti:

**Agung Sujatmiko, S.H., M.H.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh DIPA Penerimaan Negara Bukan Pajak  
Universitas Airlangga Tahun 2006  
SK Rektor Universitas Airlangga Nomor 4017/J03/PP/2006  
Tanggal 2 Juni 2006  
Nomor Urut 21

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**Nopember, 2006**



LAPORAN PENELITIAN  
DIPA PNBP UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN ANGGARAN 2006

**PEMBAJAKAN MEREK MERUSAK  
PEREKONOMIAN NASIONAL**

Peneliti:

**Agung Sujatmiko, S.H., M.H.**

KKB  
KK-2  
LP 41/08  
Suj  
P

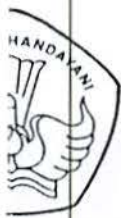
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh DIPA Penerimaan Negara Bukan Pajak  
Universitas Airlangga Tahun 2006  
SK Rektor Universitas Airlangga Nomor 4017/J03/PP/2006  
Tanggal 2 Juni 2006  
Nomor Urut 21

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**Nopember, 2006**





**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066  
E-mail : infolemlit@unair.ac.id - http://lppm.unair.ac.id

**IDENTITAS DAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

- |                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| 1. Judul Penelitian               | : | PEMBAJAKAN MEREK MERUSAK PEREKONOMIAN NASIONAL                    |
| a. Macam Penelitian               | : | ( ) Fundamental, ( ) Terapan, ( ) Pengembangan, ( ) Institusional |
| b. Katagori Penelitian            | : | ( ) I ( ) II ( ) III ( ) IV                                       |
| 2. Kepala Proyek Penelitian       | : |   |
| a. Nama Lengkap dan Gelar         | : | Agung Sujatmiko, SH.,MH.  |
| b. Jenis Kelamin                  | : | Laki-Laki   |
| c. Pangkat/Golongan dan NIP       | : | Pembina (Gol. IV/a) 131796138                                     |
| d. Jabatan Sekarang               | : | Lektor Kepala   |
| e. Fakultas/Puslit/Jurusan        | : | Hukum   |
| f. Univ./Inst./Akademi            | : | Universitas Airlangga   |
| g. Bidang Ilmu Yang Diteliti      | : | Hak Kekayaan Intelektual  |
| 3. Jumlah Tim Peneliti            | : | 1 (satu) orang  |
| 4. Lokasi Penelitian              | : | Fakultas Hukum Unair  |
| 5. Kerjasama dengan Instansi Lain | : |   |
| a. Nama Instansi                  | : | -   |
| b. A l a m a t                    | : | -   |
| 6. Jangka Waktu Penelitian        | : | 5 (lima) bulan  |
| 7. Biaya Yang Diperlukan          | : | 6.000.000,00  |
| 8. Seminar Hasil Penelitian       | : |   |
| a. Dilaksanakan Tanggal           | : |   |
| b. Hasil Penelitian               | : | ( ) Baik Sekali ( V ) Baik<br>( ) Sedang ( ) Kurang               |

Surabaya, September 2006



Mengetahui/Mengesahkan :  
a.n. Rektor  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Prof. Dr. H. Sarmanu, MS.  
NIP. 130 701 125

## **RINGKASAN**

### **PEMBAJAKAN MEREK MERUSAK PEREKONOMIAN NASIONAL**

**Oleh : Agung Sujatmiko  
Tahun 2006  
Jumlah Halaman 35**

**Bagian Hukum Perdata  
Fakultas Hukum Unair**

Perlindungan hukum hak atas merek diperlukan agar hak atas merek tidak dibajak oleh orang lain. Pembajakan merek merupakan perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggungjawab, dengan cara menggunakan merek orang lain tanpa seijin pemiliknya.

Hak atas merek diberikan oleh negara dengan melalui mekanisme pendaftaran yang harus dilakukan oleh pemiliknya. Pendaftaran tersebut sifatnya wajib. Jika tidak didaftarkan hak atas merek tidak akan dilindungi. Setelah didaftarkan, hak merek diberikan perlindungan hukum selama sepuluh tahun dan dapat diperpanjang lagi hingga tidak terbatas, dengan syarat mereknya masih dipakai pada barang atau jasa sesuai dengan yang tertera dalam sertifikat merek. Sertifikat merek tersebut berfungsi sebagai sarana perlindungan hukum hak atas merek dari pembajakan. Pembajakan merek sangat merugikan perekonomian nasional. Akibat yang ditimbulkannya sangat berpengaruh buruk pada aspek ekonomi negara. Banyak pihak yang dirugikan karena adanya pembajakan merek.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apa dampak pembajakan merek terhadap aspek perekonomian negara.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang didukung data empirik yang berasal dari berbagai sumber informasi yang relevan. Sumber data utama adalah peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang merek dan beberapa pendapat dari

para sarjana (ahli) hukum yang terdapat dalam berbagai karya ilmiah. Sedangkan data empirik berasal dari berbagai sumber yang relevan, yang berasal dari statemen/ pendapat para ahli yang ada di media massa.

Metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik bola salju, dengan menelusuri sumber-sumber peraturan perundangan di bidang merek. Setelah terkumpul, kemudian dianalisis secara deduktif dengan dikaitkan dengan pendapat para sarjana (ahli) yang relevan dengan permasalahan.

Dari metode tersebut di atas, dalam pembajakan merek tidak saja merugikan pemilik merek, tetapi juga negara dan masyarakat sebagai konsumen. Pemilik dirugikan karena barang hasil produksinya kalah bersaing dengan merek bajakan yang harganya relatif lebih murah, sehingga sangat berpengaruh dari omzet produksi dan penjualannya. Pemilik merek akan kehilangan pendapatan dari keuntungan yang akan diterima. Sementara negara menderita kerugian, karena barang bajakan dijual tanpa dikenai pajak penjualan. Pada hal pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang cukup signifikan untuk membiayai pembangunan. Akibat pembajakan merek juga menyebabkan terjadinya pelarian modal ke luar negeri (capital flight), yang berimbas pada banyaknya pengangguran akibat adanya pemutusan hubungan kerja (PHK). Sementara masyarakat sebagai konsumen dirugikan karena umumnya barang bajakan tidak memiliki kualitas yang bagus dengan merek aslinya.

Untuk mengatasi perbuatan pembajakan merek perlu adanya komitmen dari aparat penegak hukum, dalam menerapkan peraturan perundangan yang berlaku, dengan memberikan hukuman yang berat dan setimpal bagi pelakunya.

Agar pembajakan merek tidak makin marak, maka perlu adanya kemudahan prosedur pendaftaran merek sebagai sarana perlindungan hukum merek. Hal itu perlu juga ditunjang dari aparat birokrasi sebagai pelaksana pendaftaran yang profesional.

---

Dibiayai oleh :DIPA PNBK, Nomor SK Rektor 4017/JO3/PP/2006, Tanggal 2 Juni 2006  
Nomor Kontrak : 615/JO3.2/PG/2006

## **SUMMARY**

### **THE PIRACY OF TRADEMARKS HARMS ECONOMIC NATIONAL**

**AGUNG SUJATMIKO**

**YEAR : 2006, 35 PAGES  
PRIVATE LAW DEPARTMENT – FACULTY OF LAW  
AIRLANGGA UNIVERSITY  
CONTRACT : NO. 615/ J03.2/PG/2006**

As a part of Intellectual Property Rights, trademarks is an important property regarding with the company's good will. Trademark is not only the property but also the good will of the company, especially wellknown marks. That, tends to be pirated. The piracy of trademarks is againsts the law number 15/ 2001.

This research is conducted to answer two questions, that are; how is the trademark can be best protected, and what are the economy aspects of the trademark piracy. The aim of the research is to inquiry how the trademark protection is and to know economic aspects of trademarks piracy. This research is normative, source of law based. The problem will be analyzed using deductive method.

The trademarks rights is an exclusive rights given by the state. Therefore, the owner must be registered the rights to the state. The registration is a compulsory, and the certificate of the trademarks is legaly proved document.

The piracy of trademarks has some economic aspects. It's piracy may harm both the owner and the state. By pirating the rights, the state will lose e income from selling tax, due to untaxed pirated goods.. It's also make a capital fly, since investors lose the income. The investors may lose trust to the bussiness culture anymore. Most importantly the piracy is against the excellent culture.

To overcome the piracy, the trademark law must be enforced consistently, and the officers must be profesional

## **KATA PENGANTAR**

Penelitian ini terlaksana berdasarkan sumber pendanaan dari DIPA PNBP Universitas Airlangga tahun 2006 berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor 4017/J03/PP/2006 tanggal 2 Juni 2006.

Judul Penelitian ini adalah “Pembajakan Merek Merusak Perekonomian Nasional”, dengan sub judul suatu studi tentang pelanggaran merek yang diatur dalam Undang-undang Merek dikaitkan dengan kasus-kasus yang terjadi di masyarakat.

Ide awal topik yang diteliti berkaitan dengan banyaknya pembajakan merek yang terjadi di masyarakat. Akibat pembajakan itu, tidak saja merugikan pemilik merek, tetapi juga negara. Pemilik merek kehilangan pendapatan dari keuntungan yang seharusnya diterima, sementara negara kehilangan dari pajak penjualan (PPN), karena barang bajakan dijual tanpa membayar pajak penjualan pada negara.

Pada kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pada masa mendatang.

Surabaya, 11 September 2006  
Peneliti,

Agung Sujatmiko



**DAFTAR ISI**

	<b>halaman</b>
<b>Lembar Identitas dan Pengesahan</b>	ii
<b>Ringkasan dan Summary</b>	iii
<b>Kata Pengantar</b>	iv
<b>BAB I Pendahuluan</b>	1
a. Latar Belakang Penelitian	1
b. Rumusan Masalah	5
<b>BAB II Tinjauan Pustaka</b>	6
<b>BAB III Tujuan dan Manfaat Penelitian</b>	12
a. Tujuan Penelitian	12
b. Manfaat Penelitian	12
<b>BAB IV Metode Penelitian</b>	13
a. Pendekatan Masalah	13
b. Sumber Hukum	13
c. Teknik Pengumpulan Sumber Hukum	14
d. Analisis Sumber Hukum	14
<b>BAB V Hasil dan Pembahasan</b>	15
<b>1. Pendaftaran Merek Sebagai Media (Alat) Perlindungan Hukum</b>	15
1.1. Prosedur Pendaftaran Merek	15
1.2. Fungsi Pendaftaran Merek	21



	<b>halaman</b>
2. Dampak Ekonomis Pembajakan Merek	23
2.1. Aspek Ekonomis Merek	27
2.2. Upaya Penegakan Hukum Pembajakan Merek	30
<b>BAB VI Penutup</b>	<b>33</b>
1. Kesimpulan	33
2. Saran	34
<b>Daftar Pustaka</b>	<b>35</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Pemalsuan atas produk mikroskop merek Yazumi yang melibatkan rekanan pemasok dalam pengadaan mikroskop untuk Sekolah Menengah Umum (SMU) di lingkungan Dinas Pendidikan Surabaya sangat disayangkan. Ditengarahi, terjadi korupsi yang dilakukan oleh pemasok dengan cara memberikan barang dengan kualitas yang tidak baik dan memalsu merek Yazumi yang asli.

Masalah pemalsuan merek merupakan perbuatan curang yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan maksud mencari keuntungan berlipat dalam waktu singkat. Perbutannya tidak ubahnya seperti seorang pencuri yang merampas hak milik orang lain. Dalam skala luas, pemalsuan merek dapat merugikan perekonomian secara makro. Akibat yang ditimbulkan begitu kompleks dan mengubah peradaban pembangunan bangsa mundur ke belakang.

Pada sisi lain, pemalsuan merek yang merupakan roh suatu perusahaan sangat berpengaruh negatif karena menurunkan kinerja dan performance perusahaan. Merek tidak hanya berfungsi sebagai alat pembeda bagi barang atau jasa sejenis, namun juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tak ternilai harganya, khususnya merek yang telah menjadi merek terkenal (*well known mark*). Dengan memiliki merek terkenal, perusahaan sudah dapat menguasai pasar yang diperebutkan orang banyak. Oleh,



karenanya merek terkenal merupakan bagian dari performance bisnis yang sangat handal dalam meraih keuntungan dan persaingan.

Kejahatan pemalsuan merek merupakan kejahatan intelektual yang sebenarnya tidak saja merugikan perorangan tetapi juga merugikan negara. Orang yang paling dirugikan adalah pemilik merek sebagai orang yang paling berhak atas pemakaian suatu merek.

Hak atas merek merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak itu hanya bisa dilaksanakan oleh pemilik merek, orang lain tanpa seizin pemilik merek tidak bisa menggunakannya. Hak khusus tadi meliputi antara lain hak untuk memakai pada suatu produk barang atau jasa serta hak untuk memberi izin pada orang lain untuk menggunakan. Izin ini yang dalam praktek bisnis dinamakan lisensi.

Tanpa izin pemilik merek, orang lain dilarang untuk menggunakan suatu merek. Jika ada orang menggunakan merek tanpa seizin pemilik merek, ia telah melanggar hak merek orang lain.

Pelanggaran tersebut dalam praktek seringkali berupa penggunaan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik orang lain. Pengertian sama pada keseluruhannya mengandung arti sama persis dengan merek yang telah ada sebelumnya. Terhadap pelanggaran ini, pelakunya dapat diancam pidana penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah.

Pelanggaran merek lain adalah penggunaan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik orang lain. Pengertian sama pada pokoknya disini adalah mirip dengan merek lain yang telah ada sebelumnya. Terhadap pelanggaran ini

pelakunya dapat diancam pidana penjara paling lama empat tahun dan/ atau denda paling banyak delapan ratus juta rupiah.

Kasus yang terjadi pada pemalsuan mikroskop merek Yazumi adalah pelanggaran merek jenis yang pertama, karena merek yang dipakai adalah sama persis, hanya saja merek palsu memiliki kualitas yang tidak sama dengan merek Yazumi yang asli.

Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 menggolongkan jenis pelanggaran merek sebagai delik aduan, artinya tindak pidana pelanggaran merek tadi baru bisa diproses di pengadilan kalau ada pengaduan dari pihak korban atau orang yang dirugikan akibat pemalsuan merek.

Tanpa adanya pengaduan, suatu pelanggaran merek tidak dapat diproses di pengadilan. Ini jika pelanggaran tersebut di proses di peradilan umum. Namun jika pemilik merek sebagai pihak korban yang dirugikan ingin mendapatkan ganti rugi yang lebih besar terhadap pelanggaran pada mereknya, ia dapat mengajukan gugatan ganti kerugian pada pengadilan niaga.

Gugatan tersebut diharapkan memberikan kontribusi pada kerugian yang sepadan dengan kehilangan materiil yang diderita oleh pemilik merek. Ini merupakan langkah perobosan yang diberikan undang-undang pada pemilik merek, sehingga dapat dijadikan upaya ekonomis dan pemaksa agar para pelanggar merek jera dan tidak mengulangi lagi kesalahannya. Disamping hukuman pidana penjara yang dapat dijatuhkan oleh pengadilan jika pelaku dinyatakan terbukti bersalah.

Langkah yang diberikan oleh undang-undang tersebut sangat tepat, mengingat pelanggaran merek sudah menjadi gejala umum yang terjadi, dan pelakunya semakin hari

semakin banyak. Sementara pada sisi lain, kerugian yang diakibatkannya tidak saja merugikan pemilik merek, tetapi juga negara.

Negara dalam kasus pelanggaran merek dirugikan dari segi penerimaan pajak. Seringkali barang-barang bajakan dijual tanpa dikenai pajak, seperti misalnya pada pemalsuan rokok yang juga sering terjadi. Pada...pemalsuan merek rokok,.. umumnya rokok bajakan tanpa disertai dengan cukai yang pada dasarnya merupakan pajak bagi negara. Demikian juga pada kasus pembajakan VCD, kaset, dan sebagainya pada pelanggaran hak cipta.

Akibat banyaknya pemalsuan merek, sudah tentu penerimaan negara dari sektor pajak berkurang, sementara pajak sangat diperlukan negara untuk membiayai pembangunan. Berkurangnya pajak sebagai penerimaan negara, mengakibatkan akselerasi pembangunan ekonomi juga terganggu.

Yang lebih fatal, jika itu merupakan produk asing yang dipalsu, dapat mengakibatkan investor asing akan dilanda ketakutan dan trauma mendalam, sehingga berakibat mereka hengkang ke luar Indonesia. Larinya modal asing ke luar negeri (*capital flight*) salah satu diantaranya disebabkan karena iklim investasi di bidang hukum yang tidak pasti (*uncertainty*)

Salah satu cara untuk menarik investor asing adalah dengan memberikan kepastian hukum yang kuat dan dapat dipercaya (*reliable*). Larinya modal asing ke luar negeri akan merugikan pertumbuhan ekonomi yang sangat diharapkan bagi pembangunan ekonomi secara makro.

Dalam jangka panjang, investor asing lainnya, juga enggan datang berinvestasi di Indonesia, manakala mereka pandang bahwa kondisi hukum dan keamanan berbisnis

tidak kondusif akibat adanya pemalsuan merek yang akan menggerogoti investasinya. Sementara pada sisi lain, untuk mengatasi krisis ekonomi berkepanjangan saat ini, Indonesia sangat mengharapkan kehadiran investor asing dalam rangka mendongkrak perekonomian nasional.

Kehadiran investor asing diharapkan dapat membuka lapangan usaha dan kerja, sehingga dapat menyerap tenaga kerja lokal. Pada sisi lain, hal itu dapat memberikan stimulus peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Oleh karenanya dalam kasus pemalsuan mikroskop merek Yazumi, aparat penegak hukum ditantang untuk bekerja secara profesional dengan mengedepankan asas penegakan hukum (*law enforcement*) yang adil, terbuka dan bertanggungjawab. Rasa keadilan dan kepastian hukum harus diutamakan, agar kasus pemalsuan merek tidak terulang di kemudian hari

#### **b. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, permasalahan pokok yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana bentuk pengaturan perlindungan hukum hak atas merek?
2. Apa akibat pembajakan merek terhadap aspek ekonomi nasional?

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Merek merupakan 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 (lihat pasal 1 angka 1 UU No. 15 Tahun 2001).

Merek dibedakan menjadi dua macam yakni merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Sedangkan merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Disamping kedua macam merek tersebut diatas, di masyarakat dikenal pula apa yang dinamakan merek kolektif. Merek kolektif merupakan merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Fungsi utama merek adalah sebagai pembeda antara barang atau jasa sejenis. Dalam hal-hal tertentu, fungsi pembeda tersebut juga diberlakukan untuk barang tidak



jenis jika menyangkut merek terkenal. Selain itu, ada beberapa fungsi yang lain yakni

Endropurwoleksono, dalam Yuridika Vol 20 No.4 Juli 2005 , h. 271) :

1. Tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lain.
2. Sarana promosi dagang. Merek merupakan goodwill untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
3. Fungsi indikator kualitas(jaminan atas mutu barang atau jasa), khususnya dalam kaitan dengan produk-produk yang bergensi.
4. Penunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkan. Merek merupakan tanda Pengenal asal barang atau jasa yang menghubungkan barang atau jasa dengan produsen atau antar barang atau jasa dengan daerah/negara asalnya. Ini merupakan fungsi indikator sumber.
5. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk-produk tertentu.
6. Menempatkan nama/symbol yang dipergunakan dan yang telah dikembangkan oleh perusahaan dalam pasar.
7. Merek dapat mencegah terjadinya persaingan tidak sehat, sebab dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalanya, kualitasnya, serta ada jaminan bahwa produk itu original. Kadangkala suatu produk menjadi mahal bukan karena produknya, tetapi mereknya.

Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (lihat Pasal 3 UU No. 15 Tahun 2001).

Karena perolehannya perolehannya tidak secara otomatis, tetapi diberikan oleh negara, maka ada kewajiban bagi pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya pada negara. Pendaftaran tersebut sifatnya wajib (*compulsory*). Jika tidak dilakukan, hak mereknya tidak akan dilindungi.

Agar pendaftarannya diterima, maka merek yang akan didaftarkan harus memenuhi persyaratan yang diminta undang-undang yakni merek tersebut harus memenuhi persyaratan formil dan materiil. Persyaratan formil berkaitan dengan

**persyaratan merek yang harus dipenuhi berdasarkan undang-undang merek, sedangkan persyaratan materiil berkaitan dengan fungsi merek sebagai tanda pembeda barang atau jasa sejenis.**

**Persyaratan formil diatur dalam pasal 4,dan 5 UU Nomor 15 Tahun 2001. Pasal 4 mensyaratkan bahwa pendaftaran merek harus diajukan oleh pemohon yang beritikad baik. Pemohon yang beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merk pihak lain demi kepentingan usahanya yang herakibat kerugian pada pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.**

**Sementara pasal 5 menegaskan bahwa merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini :**

- 1. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau keterihan umum;**
- 2. tidak memiliki daya pembeda;**
- 3. telah menjadi milik umum;**
- 4. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.**

**Persyaratan materiil untuk merek yang bisa didaftar diatur dalam pasal 6 UU Nomor 15 Tahun 2001. Persyaratan itu adalah :**

- (1) Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut :**
  - a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa**

sejenis;

- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;

(2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

(3) Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut :

- a. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki oleh orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- b. merupakan tiruan atau menyerupai nama singkatan, bendera, lambang atau simbol atau emblem, negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Persyaratan tersebut mengandung arti bahwa ada penghargaan dari negara pada merek terkenal. Pada konteks ini penghargaan tersebut menjadikan perlindungan merek terkenal sangat istimewa dan berlebihan. Hal ini disebabkan karena tidak mudah untuk membangun dan menjadikan suatu merek menjadi terkenal.

Suatu merek menjadi terkenal melalui proses yang panjang dan biaya yang mahal. Ia harus diiklankan secara gencar di berbagai negara di dunia, secara terus menerus dalam waktu yang lama. Disamping itu, kualitas produk harus terus dijaga dan ditingkatkan supaya masyarakat konsumen mengakui dan memilihnya. Jika masyarakat luas tertarik dan memakai merek yang bersangkutan, maka akan terjadi penilaian dan pengakuan, sehingga akhirnya merek yang bersangkutan menjadi terkenal dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

Menurut Insan Budi Maulana, kriteria merek terkenal selain memperhatikan pengetahuan umum masyarakat, penentuannya juga didasarkan pada reputasi merek yang bersangkutan yang diperoleh karena promosi yang dilakukan oleh pemiliknya yang disertai dengan alat bukti pendaftaran merek tersebut di berbagai negara. Apabila hal-hal tersebut belum dianggap cukup, maka hakim dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri (independent) untuk melakukan survey guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya merek yang bersangkutan (Maulana, 1999 :16).

Sementara menurut Sjahputra, kriteria merek terkenal didasarkan pada reputasi yang diperolehnya karena promosi yang terus menerus oleh pemiliknya yang diikuti dengan bukti pendaftaran merek diberbagai negara (Sjahputra, 1997 :21).

Masalah pembajakan merek khususnya terhadap merek terkenal mulai berkembang sejak Indonesia menerapkan sistem ekonomi terbuka melalui UU Penanaman Modal Asing (PMA) Tahun 1967 dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) Tahun 1968.

Kasus-kasus gugatan pembatalan atas merek-merek terkenal yang telah didaftar oleh pihak lain yang tidak berhak semakin bertambah sejak dekade 1980an dan mencapai

klimak pada tahun 1992, terutama sejak Indonesia mengesahkan Kep Men 1987 dan Kep Men 1991 yang memberikan perlindungan terhadap pemilik merek terkenal. walaupun sebenarnya Indonesia telah meratifikasi Konvensi Paris melalui Keputusan Presiden No.24 Tahun 1979. (Maulana. 1999 :170).

### BAB III

## TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### a. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pengaturan perlindungan hukum hak atas merek
2. Untuk mengetahui apa akibat pembajakan merek terhadap aspek ekonomi nasional.

#### b. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi aparat penegak hukum dan instansi pemerintah di bidang hukum dan ekonomi dalam menyikapi terjadinya pembajakan merek yang sangat merugikan perekonomian negara. Diharapkan aparat penegak hukum lebih mengedepankan aspek pidana sebagai hukuman agar para pembajak jera dan tidak mengulangi lagi kejahatannya.



## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **a. Pendekatan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan tersebut, penelitian ini merupakan penelitian hukum (normatif) yang didukung data empirik yang berasal dari sumber media massa. Sebagai penelitian hukum (normatif), pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan didukung data empirik. Penelitian hukum normatif dilakukan untuk mencari pemecahan atas isu hukum. Hasil yang dicapai adalah memberikan solusi mengenai apa yang seyogyanya atas isu yang diajukan.

#### **b. Sumber Bahan Hukum**

Dalam penelitian ini diperlukan bahan hukum dan data empirik untuk menunjang bahan hukum yang diajukan. Bahan hukum dibedakan antara bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi aturan-aturan hukum yang dikualifikasikan dalam peraturan perundangan yang memberi pengaturan mengenai perlindungan hukum hak atas merek. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan karya ilmiah para sarjana, hasil-hasil penelitian, ensiklopedia, jurnal ilmiah dan terbitan (media massa) harian atau berkala di bidang hukum khususnya tentang perlindungan hak atas merek. Data empirik yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi perbuatan pembajakan merek.



### **c. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum**

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui metode bola salju (*snow ball method*) dan prosedur identifikasi serta inventarisasi bahan-bahan hukum primer dan sekunder. Terhadap bahan-bahan hukum yang terkumpul dilakukan klasifikasi secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Klasifikasi dimaksudkan untuk melakukan penilaian bahan hukum sesuai dengan tema analisis yang relevan..

### **d. Analisis Bahan Hukum**

Bahan-bahan hukum yang diperoleh diolah dengan kategorisasi sebagai pengklasikasian bahan hukum secara selektif. Analisis bahan hukum dilakukan dengan metode deduktif yang beranjak pada norma-norma umum dikaitkan dengan perbuatan pembajakan merek..

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Pendaftaran Merek Sebagai Media (Alat) Perlindungan Hukum**

Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Karena hak itu diberikan oleh negara, maka untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran. Dengan demikian sifat pendaftaran adalah wajib (*compulsory*).

Agar hak merek tersebut mendapat pengakuan (*recognition*) dari negara dan orang lain, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Pengakuan dalam hal ini adalah dalam bentuk perlindungan hukum atas merek yang bersangkutan. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka terhadapnya tidak akan dilindungi oleh negara. Konsekuensinya merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang. Orang lain dapat menggunakannya tanpa seizin pemiliknya. Karena dalam hal ini, merek tersebut masih menjadi milik umum (*publik domein*).

Untuk menjadi milik pribadi (*private domein*), maka pemiliknya haruslah mendaftarkannya pada Kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Departemen Hukum dan HAM RI..

## **1.1 Prosedur Pendaftaran Hak Merek**

Prosedur pendaftaran hak merek diatur dalam pasal 7 sampai dengan 17 UU Nomor 15/2001. Untuk melaksanakan penjabaran pasal tersebut, dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 1993 tentang tata cara permohonan pendaftaran merek.

Pasal 7 UU No.15/2001 menyebutkan :

Permohonan pendaftaran merek diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan mencantumkan :

- a. Tanggal, bulan, tahun;
- b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
- c. Nama lengkap dan alamat lengkap kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;
- d. Warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya mengandung unsur-unsur warna;
- e. Nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.

Persyaratan itu sama dengan yang tercantum dalam PP No.23/1993. Hanya saja dalam pasal 1 PP tersebut dijelaskan bahwa permohonan dilakukan dengan mengisi formulir yang telah disediakan oleh Kantor Dirjen HKI. Dalam formulir tersebut sudah disebutkan beberapa keterangan yang harus diisi oleh pemohon.

Pasal 2 PP No.23/1993 ditentukan bahwa permintaan pendaftaran merek wajib dilengkapi dengan surat pernyataan bahwa merek yang didaftarkan adalah benar

miliknya. Ketentuan ini merupakan implementasi dari ketentuan Pasal 4 UU No.15/2001 yang menyatakan merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.

Yang dimaksud dengan pemohon yang beritikad baik menurut penjelasan Pasal 4 UU No.15/2001 adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Penjelasan tersebut sangat mengedepankan arti kejujuran (*honesty*) yang menjadi persyaratan utama dalam pendaftaran hak merek. Karena sebenarnya sengketa merek yang sering terjadi disebabkan karena adanya ketidakjujuran yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggungjawab dan dengan maksud jahat meniru atau memalsu merek orang lain yang telah terdaftar sah sebagai merek.

Oleh karena itu persyaratan pendaftaran yang terdapat dalam Pasal 3 PP No.23/1993 sangat mendukung arti itikad baik yang terdapat dalam Pasal 4 UU No.15/2001. Pasal 3 PP No.23/1993 menyatakan bahwa surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah milik si pendaftar sebagaimana terdapat dalam pasal 2 PP. No.23/1993 harus dengan jelas dan tegas menyebutkan; merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya serta merek tersebut tidak meniru merek orang lain untuk keseluruhan maupun pada pokoknya.

Surat pernyataan tersebut harus ditandatangani oleh pemilik merek dan harus bermeterai yang cukup. Arti tanda tangan tersebut adalah bahwa yang bertandatangan bertanggungjawab terhadap keaslian merek yang didaftarkan dalam arti

merek yang didaftar tidak meniru merek orang lain. Keaslian merek tersebut sangatlah penting, supaya dikemudian hari tidak menimbulkan persoalan atau sengketa dengan pihak lain.

Selain permohonan pendaftaran merek biasa, dikenal pula permohonan pendaftaran merek dengan hak prioritas. Jika menggunakan prosedur ini, maka permohonan tersebut harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang pertama kali diterima di negara lain, yang merupakan anggota *paris convention for the protection of industrial property* atau anggota *agreement establishing the world trade organization*.

Selain itu permohonan pendaftaran tersebut wajib dilengkapi dengan bukti tentang penerimaan permohonan pendaftaran merek yang pertama kali yang menimbulkan hak prioritas. Bukti hak prioritas tersebut wajib diterjemahkan dalam bahasa Indonesia.

Setelah permohonan pendaftaran dilengkapi, maka selanjutnya dilakukan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan substantif berkaitan dengan syarat-syarat merek yang boleh didaftarkan sebagaimana diatur dalam Pasal 4, 5 dan 6 UU No.15/2001.

Pemeriksaan substantif dilaksanakan oleh pemeriksa merek pada kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pemeriksa tersebut adalah pejabat yang karena keahliannya diangkat dan diberhentikan sebagai pejabat fungsional oleh Menteri berdasarkan syarat dan kualifikasi tertentu.

Dalam hal pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan dapat disetujui untuk didaftar, atas persetujuan Direktur Jenderal, permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Sebaliknya dalam hal pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan tidak dapat

didaftar atau ditolak, atas persetujuan Direktur Jenderal, hal tersebut diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya.

Dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh hari) terhitung sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan, pemohon atau kuasanya dapat menyampaikan keberatan atau tanggapannya dengan menyebutkan alasannya. Jika pemohon atau kuasanya tidak menyampaikan keberatan, kantor Dirjen HKI menetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut. Sebaliknya jika pemohon atau kuasanya menyampaikan keberatan atau tanggapan, dan pemeriksa melaporkan bahwa tanggapan tersebut dapat diterima, atas persetujuan Dirjen, permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Jika pemohon atau kuasanya menyampaikan keberatan atau tanggapan dan pemeriksa melaporkan bahwa tanggapan tersebut tidak dapat diterima, atas persetujuan Dirjen, ditetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut. Keputusan tentang penolakan diberitahukan secara tertulis kepada pemohon dengan menyebutkan alasannya. Jika permohonan ditolak, segala biaya yang telah dibayar tak dapat ditarik kembali.

Dalam waktu paling lama 10 (sepuluh) hari terhitung sejak tanggal disetujuinya permohonan untuk didaftar, Kantor Dirjen mengumumkan permohonan tersebut dalam Berita Resmi Merek (BRM). Pengumuman berlangsung selama 3 bulan dan dilakukan dengan menempatkannya dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh Dirjen ; dan/atau menempatkannya pada sarana khusus yang dengan mudah serta jelas dapat dilihat oleh masyarakat yang disediakan oleh Dirjen.

Selama jangka waktu pengumuman, setiap pihak dapat mengajukan keberatan secara tertulis kepada Dirjen. Keberatan pada prinsipnya berisi bahwa merek yang

dimohonkan pendaftarannya tidak dapat didaftar atau harus ditolak. Jika terdapat keberatan, keberatan tersebut disampaikan kepada pemohon atau kuasanya.

Atas keberatan tersebut, pemohon atau kuasanya berhak mengajukan sanggahan kepada Kantor Dirjen. Sanggahan tersebut diajukan secara tertulis dalam waktu paling lama dua bulan terhitung sejak tanggal penerimaan salinan keberatan yang disampaikan oleh Dirjen.

Selanjutnya keberatan dan sanggahan tersebut dijadikan bahan pertimbangan dalam pemeriksaan kembali terhadap permohonan yang telah selesai diumumkan. Pemeriksaan kembali tersebut harus diselesaikan dalam jangka waktu paling lama 2 bulan terhitung sejak berakhirnya jangka waktu pengumuman.

Direktorat Jenderal memberitahukan secara tertulis kepada pihak yang mengajukan keberatan mengenai hasil pemeriksaan kembali. Dalam hal pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan bahwa keberatan dapat diterima, Dirjen memberitahukan secara tertulis kepada pemohon bahwa permohonannya tidak dapat didaftar atau ditolak; dan selanjutnya pemohon atau kuasanya dapat mengajukan banding. Sebaliknya jika menurut pemeriksa bahwa keberatan tidak dapat diterima, atas persetujuan Dirjen, permohonan dinyatakan dapat disetujui untuk didaftar dalam daftar umum merek.

Jika tidak ada keberatan pada saat pengumuman, direktorat jenderal menerbitkan dan memberikan sertifikat merek kepada pemohon atau kuasanya dalam waktu paling lama 30 hari terhitung sejak tanggal berakhirnya jangka waktu pengumuman.

Dalam hal keberatan tetapi keberatan tersebut tidak dapat diterima, kantor Dirjen menerbitkan dan memberikan sertifikat merek kepada pemohon atau kuasanya dalam



waktu paling lama 30 hari terhitung sejak tanggal permohonan tersebut disetujui untuk didaftar dalam Daftar Umum Merek.

Terlihat dari paparan diatas, memang diperlukan waktu yang relatif lama dan prosedur yang memerlukan waktu panjang dalam pengurusan sertifikat merek. Ke depan perlu dipikirkan langkah yang lebih pendek dan tidak terlalu lama, untuk memudahkan pengurusan sertifikat hak atas merek.

## **1.2. Fungsi Pendaftaran Hak Merek**

Sebagai hak yang bersifat khusus (*exclusive*), hak atas merek mendapatkan perlindungan hukum jika telah terdaftar di Kantor Direktorat Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan HAM RI. Mengingat stelsel yang dipakai dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah stelsel konstitutif, maka pendaftaran hak atas merek merupakan suatu kewajiban yang tidak dapat dismpangi. Kewajiban itu harus dilakukan oleh pemilik merek, agar mereknya dilindungi.

Itu sejalan dengan tuntutan pasal 3 UU No.15 Tahun 2001 yang menyatakan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Sesuai dengan ketentuan di atas, hak atas merek tidak tmbul secara otomatis, melainkan diberikan oleh negara atas dasar permohonan hak yang dimintakan oleh pemiliknya melalui prosedur pendaftaran.

Jika sudah didaftarkan dan pendaftarannya diterima, maka hak atas merek akan dilindungi oleh negara. Merek yang terdaftar akan mendapat perlindungan selama sepuluh tahun (10) tahun dan dapat diperpanjang sampai tak terbatas.

Perpanjangan hak atas merek dapat dilakukan apabila, merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam sertifikat merek tersebut; dan barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam sertifikat merek masih diproduksi dan diperdagangkan.

Perpanjangan tersebut harus diajukan secara tertulis ke Direktur Jenderal HKI Departemen Hukum dan HAM oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 (dua belas ) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut.

Jika sudah dilindungi, maka pemilik merek dapat melaksanakan hak yang terkandung dalam hak merek yang meliputi antara lain menggunakan dan memproduksi barang atau jasa dengan merek yang bersangkutan, mengalihkakan pada pihak lain, memberikan lisensi pada pihak lain.

Pemilik merek dapat mengalihkakan haknya pada pihak lain dengan cara; pewarian, wasiat, hibah, perjanjian, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Pengalihan hak tersebut wajib dimohonkan pencatatannya kepada Dirjen HKI untuk dicatat dalam Daftar Umum Merek.

Pemilik merek terdaftar juga berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Perjanjian tersebut berlaku discluruh wilayah negara RI

kecuali jika diperjanjikan lain, untuk jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan.

Perjanjian tersebut wajib dimohonkan pencatatannya pada Dirjen HKI dengan membayar sejumlah biaya. Jika telah dilisensikan pada pihak lain, pemilik merek masih dapat menggunakan sendiri merek yang bersangkutan atau memberikan lisensi kepada pihak ketiga lainnya, kecuali jika diperjanjikan lain dengan penerima lisensi sebelumnya.

Perjanjian lisensi tersebut dilarang memuat ketentuan baik yang langsung maupun tidak langsung yang dapat menimbulkan akibat yang merugikan perekonomian Indonesia atau memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam menguasai dan mengembangkan teknologi pada umumnya.

## **2. Dampak Ekonomis Pembajakan Merek**

Kasus-kasus pemalsuan atau kemiripan merek telah banyak mengakibatkan kehilangan kesempatan (*opportunity loss*) pasar yang cukup besar bagi pemilik merek. Bahkan, tindakan pemalsuan tidak hanya merugikan pemilik merek, tapi juga berimbas pada konsumen secara keseluruhan. Yang paling besar menderita kerugian adalah produsen yang pada umumnya sebagai pemilik merek, dan juga negara.

Negara menderita kerugian dari sektor perpajakan. Banyak produk barang palsu dijual tanpa membayar pajak. Contoh nyata dalam hal ini adalah pemalsuan merek rokok Craven A dan 555 (*Triple Five*) yang terjadi beberapa waktu lalu. Rokok palsu tersebut dijual tanpa diberi cukai rokok. Negara dirugikan puluhan miliar rupiah (Sujatmiko, dalam Surabaya Post, 2 Juni 1995).

Dalam kasus pemalsuan rokok tersebut, rokok Craven A dan 555 dijual secara bebas dengan menggunakan merek palsu. Palsu, karena penggunaan merek tersebut melanggar merek yang sama yang telah terdaftar pada negara. Akibatnya konsumen menderita kerugian, dan juga tentunya produsen. Konsumen kehilangan rasa (*taste*) yang asli dari merek yang dipalsu. Karena merek yang palsu kualitasnya tidak senikmat rasa aslinya.

Sebaliknya juga produsen rokok selaku pemilik merek rokok *Craven A* dan *555*. Produsen akan kehilangan kerugian berupa income dari laba penjualan rokok. Jelas omset penjualannya akan turun seiring dengan peredaran rokok merek palsu yang harganya jauh lebih murah.

Kasus pemalsuan merek yang menimpa produsen otomotif PT Astra Daihatsu Motor juga menimbulkan banyak kerugian pada negara. Temuan pemalsuan merek suku cadang Daihatsu motor sangat besar, rata-rata sekitar 20 hingga 30 kasus. Temuan tersebut rata-rata berdasarkan keluhan konsumen yang merasa dirugikan ketika membeli suku cadang asli yang dijamin dengan garansi satu tahun, namun faktanya mereka memperoleh suku cadang yang palsu. ( Media Indonesia, 6 Juni 2006).

Pemalsuan merek juga menimpa beberapa perusahaan seperti OREO, EXTRA JOSS, KOPIKO, AQUA dan lain-lain yang mereknya didompleng oleh pesaing yang mau untung dengan jalan pintas. Mereka tidak saja dirugkan dari sege penjualan dan keuntungan yang seharusnya diperoleh, melainkan juga konsumennya dibuat bingung, ( Media Indonesia, 6 Juni 2006).

Menurut Vice President Director PT. Astra Daihatsu Motor. Nurtjahyo Darmadji, merek-merek suku cadang yang palsu tersebut kualitasnya buruk dan tidak sebagus

aslinya. Akibatnya pembeli mengklaim jaminan kepada perusahaan, karena kualitas tidak sesuai dengan harapan. Baik spare part maupun produk lain, kemiripan maupun pemalsuan merek sering ditemui banyak memberi dampak buruk. Jika sparepart palsu yang mudah rusak jika dipakai, itu tidak banyak menimbulkan masalah, tetapi banyak juga ditemukan suku cadang palsu yang jika dipakai merusak suku cadang lainnya. Yang lebih parah lagi jika jika suku cadang palsu tersebut memiliki peran penting pada kendaraan, akibatnya jika rusak di tengah jalan, dapat membahayakan keselamatan pengemudi dan penumpang. Di bidang makanan dan minuman, jika terlalu banyak mengonsumsi makanan dan minuman energy dengan merek palsu yang belum mendapat standarisasi kesehatan dari instansi terkait, dapat merusak kesehatan tubuh (Media Indonesia, 6 Juni 2006).

Lebih jauh menurut Nurtjahyo, para pelaku pemalsuan atau kemiripan merek melakukannya karena dalam menjalankan usahanya ingin cepat memperoleh keuntungan yang besar. Mereka tidak perlu melakukan *research and development* serta uji coba produk. Sementara biaya terbesar dalam bisnis adalah *research and development*. Para pembajak sengaja membuat produk yang mirip dengan produk asli dan kemasannya juga hampir sama.

Gambaran tentang pemalsuan merek tersebut adalah bahwa dalam bisnis merek memegang peran utama. Oleh karena itu sebenarnya peraturan perundangan di bidang merek bertujuan untuk melindungi bisnis dan mencegah orang membonceng reputasi seseorang atau perusahaan. Jika merek seseorang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek orang lain, ia telah menysatkan konsumen.

Ada satu kasus menarik berkaitan dengan pemalsuan merek rokok Marlboro yang terjadi di Australia. Dalam kasus itu Sumatra Tobacco ingin mendaftarkan mereknya di Australia. Merek rokoknya adalah Hero, yang pembungkusnya dan logo gambarnya hampir sama dengan Marlboro. Atas pendaftaran tersebut pengacara Marlboro menyatakan bahwa Sumatra Tobacco telah menyalahgunakan beberapa unsur/elemen gambar merek Marlboro. Pada intinya, Marlboro beragumen bahwa :

1. Merek dagang lawan memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek dagang marlboro, atau kemiripannya memperdaya konsumen;
2. Pemakaian dari merek lawan cenderung bersifat curang atau menyebabkan kekeliruan;
3. Merek tersebut mengandung kesalahan geografis atas lokasi (Lindsey, et.all, Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar, 2003 : 149).

Ilustrasi di atas berkaitan dengan terminologi *passing off* yakni usaha untuk membonceng atau meniru dari merek terkenal yang telah ada. Meskipun mereknya tidak ama, tapi karena kemasan pembungkusnya serta gambar, warna dan logo yang dipakai mengandung persamaan pada keseluruhannya dengan merek Marlboro, maka pendaftaran mereknya akan ditolak.

Ada dua hal yang berkaitan dengan *passing off* tersebut; yakni :

1. Menampilkan/menyebabkan anggapan bahwa barang/jasanya adalah barang/jasa oranglain ;
2. menimbulkan anggapan bahwa barang atas jasanya ada hubungan dengan barang/jasa pemilik yang sebenarnya.

Dasar yang dipakai untuk mengajukan keberatan atas pendaftaran merek menurut terminologi *passing off* adalah : (Lindsey, Et.All; Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. 2003 : 153).

1. penggugat mempunyai reputasi;
2. tergugat menipu konsumen sehingga konsumen berpikir bahwa produk itu milik tergugat, bukan milik penggugat; dan
3. penipuan itu cenderung merugikan penggugat.

## 2.1. Aspek Ekonomis Merek

Dalam kaitannya dengan aspek ekonomis, suatu merek erat kaitannya dengan produk. Produk merupakan barang yang dihasilkan oleh pabrik, sementara merek merupakan sesuatu yang dicari oleh pembeli. Produk amat mudah ditiru, sementara merek selalu memiliki keunikan dan nilai tambah yang sangat signifikan. Produk cepat usang, sementara merek yang sukses akan bertahan sepanjang zaman. (King, dalam Swasembada No.15/XXII/27 Juli, h. 28).

Kekuatan suatu merek menjadi salah satu kunci sukses dalam memasarkan produk. Oleh karena itu, mengetahui ekuitas sebuah merek di mata konsumen merupakan hal yang sangat penting. Dalam hal ini, membangun suatu reputasi merek perlu untuk merebut konsumen dalam persaingan yang makin kompetitif. Oleh karena itu, merek mempunyai fungsi yang demikian penting, maka merek sangat rawan terhadap pembajakan, khususnya merek terkenal.

Pembajakan merek makin marak, tidak hanya terjadi di Indonesia saja, tetapi juga di seluruh dunia. Seperti misalnya yang terjadi di Jerman, akibat pembajakan merek



disana, menurut *Der Deutsche Industri und Handels Kammertag (DIHK)* semacam Kamar Dagang dan Industri (Kadin) di Indonesia, akibat pembajakan merek negara Jerman menderita kerugian sebesar 30 miliar euro. Atas dasar itu, untuk mengantisipasi dan menangkal pembajakan merek khususnya dan HKI pada umumnya, Jerman sedang mengembangkan teknologi security yang bekerjasama dengan University of Nebraska, di Amerika Serikat (M. Iksan, dalam Warta Ekonomi.Com, edisi 1 Agustus 2006).

Sementara itu menurut SriKatonah dalam artikelnya yang dimuat dalam Harian *Republika* edisi 27 April 2005, kerugian yang diderita Indonesia akibat pembajakan merek mencapai US \$ 70-80 juta per tahun. Menurut data yang ada, akibat pembajakan tersebut hanya sekitar 12 persen perangkat yang dijual di Indonesia asli, selebihnya merupakan barang bajakan. (Sri Katonah, dalam *Republika* edisi 27 April 2005).

Kondisi itu makin parah karena Indonesia merupakan pangsa pasar software sekitar US \$ 101 juta. Ini memungkinkan beberapa perangkat software yang masuk ke Indonesia dibajak mereknya oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab. Ini membuktikan bahwa penegakan hukum (*law enforcement*) di bidang merek sangat lemah, sehingga sampai sekarang masalah penerapan UU Nomor 15 Tahun 2001 sangat dilematis.

Akibat banyaknya pembajakan tersebut, menurut *United State Trade Representative (USTR)*, Indonesia masuk kategori *Priority Watch List* (daftar negara yang masuk prioritas untuk diawasi), karena Indonesia tidak memberikan perlindungan HKI yang sangat bertentangan dengan prosedural ekonomi global.

Dalam sistem perdagangan global sesuai dengan amanat yang terkandung dalam TRIPS (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*) yang merupakan bagian

tidak terpisahkan dari perjanjian pendirian organisasi perdagangan dunia (*World Trade Organization*) /WTO, perlindungan HKI mutlak diperlukan, agar tidak merugikan negara lain.

Sementara itu menurut *International Intellectual Property Alliance (IIPA)*, persoalan pembajakan merek di Indonesia sampai tahun 2000 meningkat tajam sampai mencapai 90 %, sehingga menimbulkan persoalan yang sangat kritis, pelik dan cenderung meresahkan aspek perekonomian makro ( *Republika*, edisi 27 April 2005). Menurut data yang ada banyak software milik Microsoft yang dibajak, khususnya program Windows 95.

Jika aksi pembajakan tersebut tidak ditanggulangi dengan segera, maka akan berdampak pada reputasi dan integritas bangsa pada perdagangan global. Lambat laun Indonesia akan dikucilkan dalam perdagangan global, dan tidak menutup kemungkinan akan terkena sanksi ekonomi, dalam bentuk embargo perdagangan. Hal itu pernah terjadi ketika banyak karya cipta milik orang Amerika dibajak di Indonesia, dalam beberapa waktu produk tekstil Indonesia dilarang masuk ke Amerika.

Menurut Ermawati Yunus, Direktur Direktorat Hak Merek Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kehakiman dan HAM, setiap bulan Dirjen HKI menerima 100 kasus pemalsuan berbagai merek produk. Yang paling banyak dipalsu adalah tekstil, elektronika, serta produk makanan dan minuman. Akibat dari pemalsuan tersebut negara dirugikan triliunan rupiah, akibat potensi kehilangan dari pajak penjualan (PPn). ( *Info HaKI* 31 Agustus 2006).

Lebih jauh dikatakan bahwa dalam berbagai hal banyak ditemukan berbagai merek produk yang tidak sesuai dengan ketentuan umum yang berlaku, sehingga sulit

melindungi produk tersebut dari jeratan hukum yang berlaku, sebab yang dilindungi oleh hukum adalah produk hukum yang terdaftar dan sesuai dengan ketentuan umum.

Jika diamati, aksi pembajakan merek menyebabkan aspek perekonomian makro menjadi terganggu. Dari aspek ekonomis, kerugian yang timbul bisa bermacam-macam bentuk yakni :

Pertama, Negara akan kehilangan pendapatan dari sektor pajak penjualan, karena barang bajakan dijual tanpa dikenai pajak secara resmi. Hal ini seperti terjadi pada kasus pembajakan rokok *Craven A* dan *Triple 5* yang dijual tanpa cukai rokok

Kedua, Dari segi investasi, akan banyak terjadi *capital flight* (modal lari) ke luar negeri, jika banyak investor memindahkan modalnya ke luar negeri, jelas akan berdampak pada banyaknya pengangguran karena banyak tenaga kerja yang kena PHK. Dari segi pajak, negara juga diugikan, karena kehilangan sumber pajak penjualan.

Ketiga merugikan masyarakat luas selaku konsumen (pemakai) barang dan atau jasa. Akibat pembajakan merek, mereka dirugikan, karena barang bajakan memiliki kualitas yang jelek, jika dibandingkan dengan merek aslinya.

Keempat, kontra produktif dengan semangat *culture of excellent* (budaya unggul) seperti yang dihimbau oleh Presiden. Perbuatan pembajakan merek tidak ubahnya seperti orang yang mencuri merek orang lain. Perbuatan pencurian tersebut mengakibatkan hilangnya kreativitas intelektual seseorang, yang akan berimbas pada budaya unggul yang kini masih sangat kurang di masyarakat.

## 2.2. Upaya Penegakan Hukum Terhadap Pembajakan Merek

Agar pembajakan merek tidak semakin marak, dan menyebabkan kerugian pada negara yang semakin besar, maka perlu dipayakan jalan keluar yang dapat membuat jera para pelaku pembajakan. Upaya itu harus dijalankan secara kontinue dan berkesinambungan, dengan melibatkan aparat penegak hukum terkait.

Selama ini upaya upaya penanganan pemalsuan merek belum memuaskan, hal ini karena belum ada persamaan persepsi tentang hukum merek di kalangan penegak hukum. Polisi, jaksa, dan hakim yang menangani pemalsuan merek sering memiliki persepsi yang berbeda dalam menangani kasus pembajakan merek ( Info HaKI, 31 Agustus 2006).

Menurut Ketua Perhimpunan Masyarakat Hak Kekayaan Intelektual Indonesia, Gunawan Suryomucitro, akibat perbedaan persepsi tersebut mengakibatkan pembajakan merek makin marak terjadi. Jika hal ini tidak ditanggulangi, akan menyebabkan pemodal (investor) akan mengalihkan modalnya ke luar negeri, (Info HaKI, 31 Agustus 2006).

Statemen tersebut, mengisyaratkan adanya langkah terpadu dan sinergis dari aparat penegak hukum, dalam menghadapi kasus-kasus pembajakan merek. Upaya penegakan hukum (*law nforcement*) harus tegas dan kuat, dengan memberikan hukuman yang berat dan setipal kepada pelakunya. Ini sejalan dengan tuntutan TRIPs yang menghendaki adanya upaya penegakan hukum yang cepat, kuat dan akurat.

Terhadap pembajakan merek, pelakunya dapat dikenai ancaman pidana sebagaimana diatur dalam pasal 90 dan 91 UU Nomor 19/2001. Pasal 90 memberikan ancaman pidana maksimal lima tahun dan atau denda maksimal satu miliar rupiah, bagi barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada

keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan.

Sementara Pasal 91 memberikan ancaman pidana penjara maksimal empat tahun dan atau denda maksimal delapan ratus juta rupiah bagi barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek yang terdaftar milik orang lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan.

Disamping ancaman kedua pasal tersebut, mengingat dalam undang-undang merek belum mengatur mengenai pemalsuan isi produk, maka hakim dapat menerapkan ketentuan KUHP, khususnya tentang pemalsuan yang tercantum dalam Pasal 378 KUHP..

Ancaman KUHP tersebut perlu juga diterapkan agar pelakunya jera, sehingga dapat dikenakan hukuman yang lebih berat.. Terhadap para residivis pembajakan merek, hukuman yang diberikan harus diperberat sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ke depan ancaman hukuman yang terdapat dalam undang-undang merek perlu diperberat dan juga perlu dimasukkan ketentuan mengenai pemalsuan isi produk dari merek yang dibajak, agar supaya lebih jelas bagi aparat penegak hukum dalam mengimplementasikannya.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

- a. Sebagai salah satu bentuk hak milik, hak atas merek perlu mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum tersebut diperlukan agar hak atas merek tidak dibajak oleh orang lain yang tidak bertanggungjawab. Pembajakan merek yang terjadi dilakukan dengan memakai merek yang bersangkutan tanpa seijin pemiliknya. Agar hak atas merek dilindungi oleh negara, maka hak atas merek tersebut harus didaftarkan pada Kantor Direktorat Jenderal HKI Departemen Hukum dan HAM RI. Pendaftaran tersebut sifatnya wajib, karena hak atas merek diberikan oleh negara melalui pendaftaran yang dilakukan oleh pemiliknya.
- b. Dampak ekonomis pembajakan merek sangat merugikan perekonomian nasional. Negara dirugikan dari sektor pajak penjualan (PPN) karena barang dengan merek bajakan tidak membayar pajak penjualan yang seharusnya dibayar oleh pemiliknya. Pajak itu bisa berupa cukai, jika menyangkut merek rokok. Disamping kehilangan pendapatan dari sektor pajak, ancaman terjadinya *capital flight* (modal lari) ke luar negeri sangat besar. Jika banyak pemilik modal mengalihkan modalnya ke luar negeri, maka negara juga akan kehilangan salah

satu sumber pendapatan dari sektor pajak penghasilan yang wajib dibayar oleh wajib pajak selaku pemilik modal. Jika banyak modal yang lari ke luar negeri, akan menambah jumlah pengangguran, karena banyak tenaga kerja yang akan kena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Banyaknya pengangguran dikawatirkan berdampak pada sosial dan ekonomi dalam jangka panjang, karena daya beli masyarakat akan turun, sehingga menyebabkan produksi dan distribusi barang akan macet, akibat tidak laku dipasaran. Dalam jangka panjang, hal tersebut dapat menyebabkan resesi dan inflasi.

## 2. Saran

- a. Agar pemilik merek dapat dengan mudah melakukan pendaftaran merek sebagai media bagi perlindungan hukum hak atas mereknya, maka perlu dibantu dengan aparat birokrasi yang bertugas sebagai pelaksana dengan sikap kerja yang profesional, cepat dan tepat. Langkah ini diperlukan untuk mempercepat proses pendaftaran hak atas merek.
- b. Ke depan, pengaturan hak atas merek sebagaimana terdapat dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 perlu ditambahkan pengaturan mengenai pemalsuan isi (produk) dari hak merek yang dibajak, agar memperberat hukuman bagi pelaku pembajakan merek. Disamping itu ancaman pidana dan denda perlu diperberat agar para pembajak jera dan takut untuk melakukannya.

### **Daftar Pustaka**

- Agreement on Trade Related Aspects of Intelektual Property Rights.
- Calmann, Rudolf, The Law of Unfair Competition, Trademarks and Monopolies, Illionis, 1983.**
- Davis, Jennifer, Intellectual Property Law, Oxford University Press, London, 2005.**
- Firth, Alison, Trademarks The New Law, Bristol, 1995.**
- Gautama, Sudargo, Hukum Merek Indonesia, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1989.**
- Iksan, Mochamad, dalam Warta Ekonomi, Com, edisi 1 Agustus 2006.**
- King, Stephen, dalam Swasembada No. 15/XXII/ 27 Juli 2006.**
- Katonah, Sri, dalam Republika, edisi 27 Agustus 2006.**
- Lindsey Et.All, HAKI Suatu Pengantar, 2003.**
- Maulana, Insan Budi, Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa ke Masa, PT. Citra Adytia bakti, Bandung, 1999.**
- Purwoeksono, Didik Endro, Tindak Pidana di Bidang Merek, dalam Yuridika, Vol. 20, No.4, Juli 2005.**
- Sujatmiko, Agung, Pembajakan Rokok Merek Craven A dan 555, dalam Surabaya Post, 2 Juni 1995.**
- Sjahputra, Iman, Et.All, Hukum Merek Baru di Indonesia, Harvarindo, Jakarta, 1997.**
- Info HaKI, edisi 31 Agustus 2006.**
- Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001.**





