

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama beberapa dekade terakhir merek telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Dimanapun kita berada, akan selalu melihat merek yang melekat pada suatu produk baik yang berbentuk barang maupun dalam bentuk jasa. Hampir selalu ada tanda yang melekat berupa merek yang membedakan produk suatu perusahaan dengan produk dari perusahaan yang lainnya. Didalam prinsip perlindungan hak merek adalah tidak seorangpun berhak menjual barangnya kepada masyarakat seolah-olah barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan tanda yang sama yang telah dikenal masyarakat sebagai tanda milik seseorang.¹

Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa tanda tersebut merupakan merek milik orang yang telah memakainya dan menjadi tanda pembeda dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut.² Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek bisa menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersil, selain itu merek berguna untuk para konsumen, mereka membeli produk tertentu (yang terlihat dari mereknya) karena menurut mereka, suatu merek akan berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi oleh karena reputasi dari merek tersebut. Jika suatu perusahaan memakai merek perusahaan lain, para konsumen mungkin merasa

¹Agung Indriyanto & Irnie Mela Yusnita. 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 1.

²Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Globalisasi & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, hal. 2.

tertipu karena telah membeli produk dengan kualitas yang rendah.³ Merek yang baik dapat menjadi identitas prooduk, jaminan mutu, perlambangan citra positif, simbol reputasi bisnis dan sejarah perusahaan, kebanggaan konsumen, loyalitas pelanggan, simbol status sosial, penentu nilai tambah, dan daya pembeda dengan produk sejenis milik asing.

Suatu merek yang sudah terkenal dan terbukti menghasilkan keuntungan dapat pula dikembangkan menjadi sebuah merek usaha waralaba (*franchise*) dengan menggandeng mitra-mitra usaha lokal. Kesadaran dalam pentingnya merek bagi pengembangan bisnis, meskipun telah disadari oleh kebanyakan pengusaha, namun masih kurang disadari oleh kalangan pengusaha mikro dan kecil. Pengusaha mikro dan kecil kurang menyadari pentingnya merek karena mereka masih menganggap mengurus merek itu prosedurnya rumit dan berbelit-belit serta biayanya mahal.⁴ Pengusaha mikro-kecil pada umumnya sudah sadar membuat nama usaha, namun mereka belum sadar untuk mendaftarkannya ke Ditjen HKI sehingga hal tersebut mengandung kerawanan di masa mendatang. Banyak kejadian, setelah usaha mereka sukses di hadapan publik, para kompetitor begitu mudah untuk membajak nama usahanya sehingga mereka mengalami kerugian dan tidak bisa mengajukan gugatan ke hadapan pengadilan niaga akibat mereknya belum terdaftar pada Ditjen HKI, dalam hal kepemilikan merek, berlaku pula prinsip pendaftaran pertama (*first-to-file*) sehingga pihak yang kali pertama melakukan pendaftaran merek berpeluang memiliki merek tersebut.⁵ Dalam hal ini ketakutan para pengusaha mikro-kecil diatas sudah tidak berlaku lagi sebab saat ini sudah banyak kemudahan yang diberikan pemerintah untuk mengurus hak merek, diantaranya tersedia dinas-dinas

³Tim Lindsey & Eddy Damian, dkk. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni, hal. 131-132.

⁴Cita Yustisia Serfiyani; Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hal. 127-128.

⁵*Ibid.*, hal. 128.

pemerintah daerah yang mengurus perdagangan dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sering mengadakan penyuluhan tentang merek dan kemudian membantu para pengusaha mikro-kecil mengurus merek tanpa harus datang sendiri ke Ditjen HKI, saat ini sudah banyak dijumpai kantor-kantor konsultan HAKI di sejumlah daerah yang siap membantu para pelaku usaha mengurus HAKI termasuk hak atas merek.

Dalam era perdagangan global saat ini, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat sehingga diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat.⁶ Bagi dunia usaha, merek memiliki arti yang sangat penting dan mahal. Merek bukan hanya sekedar nama, tetapi mencerminkan harga diri sebuah perusahaan, pengalaman perusahaan, dan jaminan mutu atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Produk dengan merek terkenal lebih mudah dipasarkan sehingga mendatangkan banyak keuntungan finansial bagi suatu perusahaan.

Di dalam peraturan perundang-undangan Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 20 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”.

Kebutuhan akan adanya suatu perlindungan hukum atas hak merek dalam hal ini

⁶Cita Yustisia Sertifiyani; Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Op.Cit.*, hal. 131-132.

dikhususkan logo, pada saat ini semakin berkembang pesat kegiatan plagiasi yang dilakukan oleh orang-orang tidak bertanggungjawab. Semakin unik nama sebuah merek, akan semakin baik, dan juga akan lebih efektif karena lebih mudah diingat siapa saja yang pernah mendengarnya. Begitu pula, semakin mencolok dan berbeda tampilan sebuah merek, akan lebih mudah melekat dalam ingatan siapa saja yang pernah melihatnya. Merek, sebagian atau seluruhnya, yang terdengar umum biasanya mengundang masalah kepemilikan di Pengadilan. Pemilik *Kentucky Fried Chicken* (KFC) tentu tidak begitu senang kalau ada warung yang bernama *Depok Fried Chicken*, misalnya. Walaupun KFC mungkin yang berjasa mempopulerkan istilah *Fried Chicken*, tetapi karena kata ini begitu umum (“ayam goreng”), maka pengadilan biasanya tidak akan menganggap sebagai merek eksklusif, sekalipun kata merek tersebut bagian dari merek eksklusif. Suatu merek yang sangat terkenal malah bisa menjadi sebuah penyebutan kata umum. Sebagai contoh “*odol*” yang merupakan suatu merek, namun disalahkaprahkan sebagai sinonim dari “*pasta gigi*”. Di satu sisi hal tersebut menguntungkan pemilik merek karena dapat membuat suatu merek menjadi sangat terkenal. Namun pemilik merek tersebut akan berdampak rugi jika banyak orang ikut memanfaatkannya karena tidak tahu menahu bahwa hal tersebut adalah sebuah merek yang seharusnya hanya boleh dimanfaatkan pemiliknya. Untuk menghindari hal tersebut maka suatu perusahaan memasang lagi “tanda pengaman” dibelakang logo merek dengan huruf R besar didalam lingkaran, yang memiliki arti “*Registered*” atau terdaftar sebagai merek.⁷ Suatu logo merupakan sebuah produk atau suatu kekayaan intelektual yang dapat diajukan pendaftaran ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, di lain sisi banyak terdapat kasus beredar terkait dengan peniruan dari suatu bentuk logo atau tulisan yang ada di dalam logo tersebut. Sebuah

⁷Haris Munandar & Saily Sitanggang. 2011. *Mengenal HAKI Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-Beluknya*. Jakarta: Esensi Erlangga Group, hal. 51-52.

logo merupakan aspek penting dalam perkembangan produk yang dihasilkan.

Merek dapat menjadi insentif untuk menjaga kualitas produk secara konsisten, karena merek bertindak sebagai jaminan kepada konsumen. Ketika konsumen melihat produk dengan merek tertentu, maka konsumen meyakini bahwa produk tersebut telah diproduksi oleh produsen yang sama dan oleh karena itu akan mendapatkan kualitas yang sama pula. Jika produsen menurunkan kualitas, maka resiko dan konsekuensi yang harus diterima berupa hilangnya (berkurangnya) konsumen. Meskipun merek tidak menyediakan segala bentuk jaminan hukum dari segala kualitas, namun produsen dituntut untuk terus menjaga kualitas produknya agar diminati konsumen.⁸ Jika pemilik merek logo tidak melakukan proses pendaftaran kepada kantor instansi yang berwenang, maka sebuah merek logo produk yang dihasilkan tidak bisa berkembang dengan baik dan menjadi masalah di kemudian hari, tidak adanya kepastian hukum terhadap suatu merek tersebut jika telah tersebar dan dikenal masyarakat luas. Akan sangatlah mudah dalam penggunaan logo mengambil desain maupun nama dari suatu produk milik perorangan maupun kelompok. Untuk menuntut ke arah jalur hukum suatu saat akan menemui banyak kendala jika pemilik dari logo tersebut tidak mendaftarkan pada Ditjen HKI. Oleh karena logo merupakan hal pokok untuk sebuah pengembangan produk para pelaku usaha, maka dibutuhkan bentuk perlindungan hukum agar para pelaku usaha untuk mengurus pendaftaran merek dari logonya pada Kantor Ditjen HKI.

Sesuai latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK TERHADAP LOGO (STUDI PADA KEDAI MINUMAN *BLEDHUG THAI TEA* SURAKARTA.)”**

⁸Agung Indriyanto & Irmie Mela Yusnita. 2017. *Op.Cit.*, hal. 9.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor penyebab pemilik produk Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta belum mendaftarkan mereknya?
2. Bagaimana cara memperoleh perlindungan hukum terhadap Hak Merek Logo pada Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta?
3. Apa saja keuntungan dan kerugian terhadap produk yang telah didaftarkan dan yang belum didaftarkan hak mereknya.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan memahami faktor penyebab pemilik produk belum mendaftarkan merek logo pada kedai minuman teh Thailand *Bledhug Thai Tea* Surakarta yang belum didaftarkan.
- b. Untuk mengetahui dan memahami tahapan yang harus dilalui agar mendapatkan perlindungan hukum atas hak merek logo terhadap logo Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta yang belum didaftarkan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian kali ini agar supaya penulis dapat mengimplementasikan ilmu dan teori hukum penulis agar dapat memberikan sumbangsih khususnya bagi penulis dan umumnya bagi masyarakat.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis agar supaya didapatkan alur pemikiran yang runtut dan tidak keluar dari pokok pembahasan dalam suatu pemecahan masalah saat ini. HAKI pada dasarnya adalah hak privat (perdata), dalam arti seseorang bebas untuk mengajukan permohonan bagi pendaftaran dan perlindungan atas HAKI tersebut atau tidak, jika tidak dilakukan ia tidak akan dituntut apa-apa, tetapi ia akan rugi sendiri kalau suatu saat orang lain seenaknya memanfaatkan, atau bahkan mengaku-aku karya ciptaannya, dengan adanya HAKI diharapkan kreativitas manusia juga akan terdokumentasi dengan baik sehingga lebih mudah dan akhirnya lebih murah, untuk dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Selain itu melalui HAKI, berbagai karya akan dilindungi hukum sehingga terhindar dari pembajakan, penyalahgunaan, dan perampasan.⁹ Perlindungan hukum terhadap hak merek merupakan suatu asas konstitutif, artinya hak atas merek hanya akan diberikan jika seseorang sudah mendaftarkan mereknya ke Ditjen HKI.

Berbeda dengan hak merek dagang, di Indonesia tidak ada ketentuan yang mewujudkan pendaftaran ciptaan untuk mendapatkan Hak Cipta. Meskipun demikian, pendaftaran dapat dilakukan secara sukarela. Bagi pencipta maupun pemegang Hak Cipta yang mendaftarkan ciptaannya, dapat menjadikan surat pendaftaran ciptaannya, sebagai alat bukti awal di pengadilan bila di kemudian hari timbul sengketa mengenai ciptaan tersebut.¹⁰

Terdapat beberapa tahapan dalam memperoleh perlindungan hukum atas hak merek logo, tahapan ini telah diatur pula dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Di dalam konsep perlindungan hukum hak atas merek merupakan pencerminan tingkat kepercayaan konsumen

⁹Haris Munandar & Sally Sitanggang. 2011. *Op.Cit.*, hal. 3-4.

¹⁰Tim Lindsey & Eddy Damian, dkk. 2002. *Op.Cit.*, hal. 107.

terhadap suatu barang dan/atau jasa. Suatu produk dengan merek terkenal lebih mudah untuk dipasarkan sehingga mendatangkan banyak keuntungan finansial bagi pemilik usaha.¹¹

Terdapat 3 hal pokok dibutuhkan perlindungan hukum terhadap hak atas merek, antara lain:

1. Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek.
2. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak.
3. Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.

Kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis mengemukakan terdapat efektivitas hukum jika para pemilik merek mendaftarkan mereknya kepada Ditjen HKI untuk mendapatkan perlindungan atas hak merek, dikhawatirkan suatu saat muncul persaingan usaha yang tidak sehat. Jika pemilik merek telah mendaftarkan merek usahanya maka akan timbul persaingan usaha yang sehat karena mendapatkan kepastian hukum. Suatu merek yang telah didaftarkan kepada Ditjen HKI banyak memiliki keunggulan bagi pemilik merek itu sendiri. Sebuah negara akan mengapresiasi atau memberi penghargaan berupa hak eksklusif kepada pemilik merek.

E. Metode Penelitian

Menurut pendapat para ahli hukum Soerjono Soekanto penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan

¹¹Cita Yustisia Sertifiyani & Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Op.Cit.*, hal. 132.

menganalisis. Di samping itu, juga diadakan pemeriksaan mendalam terhadap faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan yang timbul didalam gejala yang bersangkutan.¹² Di dalam penelitian kali ini menggunakan metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis ungkapkan yaitu menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.¹³ Dalam penelitian ini penulis akan berusaha dalam mendeskripsikan terkait dengan perlindungan hukum atas merek terhadap logo Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta.

2. Metode Pendekatan

Dalam metode pendekatan kali ini penulis menggunakan pendekatan yuridis empiris, merupakan penelitian terhadap efektivitas hukum yang membahas bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat, penelitian ini mensyaratkan penelitiannya disamping mengetahui ilmu hukum juga mengetahui ilmu sosial, dan memiliki pengetahuan dalam penelitian ilmu sosial.¹⁴ Jenis penelitian yuridis empiris dipilih penulis karena permasalahan yang sedang dibahas berkaitan dengan aturan pada Hak Kekayaan Intelektual, tepatnya Hak Merek terhadap logo. Kemudian penulis menghubungkannya dengan perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo pada Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta.

¹²H. Zainuddin Ali. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, hal. 18.

¹³File.upi.edu, Sabtu, 07 September 2019, 09:45 WIB: *Metode Penelitian Deskriptif - Direktori File UPI*, dalam <https://www.google.co.id/search?q=jurnal+penelitian+deskriptif&oq=jurnal+penelitian+deskr&aqs=chrome.1.69i57j0l5.27908j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

¹⁴*Ibid.*, hal. 31.

3. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian kali ini penulis akan melakukan penelitian yang berlokasi pada Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari suatu sumber baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti.¹⁵ Dalam hal tersebut penulis mengambil dan memperoleh data primer dari wawancara pribadi dan secara langsung melakukan observasi ke Kedai Minuman Teh Thailand *Bledhug Thai Tea* Surakarta.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang berasal dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan.¹⁶ Terdapat berbagai macam data sekunder yang akan dipakai penulis, antara lain:

1) Bahan Hukum Primer

- a) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- b) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.

¹⁵H. Zainuddin Ali. 2016. *Op.Cit.*, hal. 106.

¹⁶*Ibid.*, hal. 106.

c) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis Dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak.

2) Bahan Hukum Sekunder

Merupakan bahan hukum dari buku-buku dan tulisan-tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian penulis.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Tinjauan Kepustakaan

Data kepustakaan yang akan diperoleh penulis diambil melalui penelitian kepustakaan yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, buku-buku dan beberapa publikasi ilmiah.

b. Penelitian Lapangan

Data penelitian yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data di lapangan adalah dengan langsung mengambil data-data dan/atau informasi dari wawancara terhadap pemilik usaha Kedai Minuman Teh Thailand *Bledhug Thai Tea* Surakarta sekaligus pemilik hak merek atas logo kedai tersebut. Dengan demikian akan didapatkan data yang riil dan akurat.

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis kali ini menggunakan metode analisis kualitatif yang merupakan cara pengolahan bahan hukum dilakukan secara deduktif yakni menarik kesimpulan dari suatu permasalahan yang bersifat umum terhadap permasalahan konkret yang dihadapi.¹⁷

¹⁷Jhonny Ibrahim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Banyumedia Publishing, hal. 393.

F. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika penulisan hukum ini terdiri dari 4 bab, yang pada tiap-tiap bab terbagi dalam sub-sub bagian yang dimaksud untuk mempermudah pemahaman dan mengetahui terkait permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini, penulis menjabarkan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang membahas terkait latar belakang masalah, pembatasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka, yang membahas terkait tinjauan umum hak kekayaan intelektual dan merek, tinjauan umum mengenai faktor penyebab pemilik produk belum mendaftarkan mereknya, dan tinjauan umum cara memperoleh perlindungan hukum atas hak merek tepatnya logo.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang membahas terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara wawancara tentang perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo pada Kedai *Bledhug Thai Tea* Surakarta.

Bab IV Penutup, yang berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan juga pembahasan kemudian berisikan saran untuk pembaca setelah membaca skripsi ini.