

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dari segala aspek bidang di masyarakat kita menjadikan manusianya bertumbuh dan berkembang salah satunya dalam hal kreatifitas dan inovasi. Kemudahan dalam sosial ekonomi mampu membuatnya menjadi berkembang pesat hingga hari ini. Tumbuhnya konsepsi kekayaan atas karya - karya intelektual manusia pada akhirnya menimbulkan kebutuhan untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut. Pada gilirannya, akan melahirkan konsepsi perlindungan hukum atas kekayaan intelektual (*Intellectual Property*) tadi, termasuk di dalamnya adalah pengakuan hal terhadapnya sesuai dengan hakekatnya HKI di kelompokkan sebagai hak milik perseorangan yang sifatnya tidak berwujud.¹

Pengertian merek sebagai bagian dari Hak Milik Intelektual tidak terlepas dari pemahaman bahwa hak merek diawali dari temuan-temuan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya design logo atau huruf. Ada hak cipta dalam bidang seni, namun dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang

¹ David, Dkk. Perlindungan Hukum Terhadap Peniruan Merek Mawar + Logo (Studi Putusan Nomor 512 K/Pdt.Sus - Hki/2016). Jurnal Rectum, Volume I, Nomor 2, Juli 2019: 172-179

seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis.² Merek bagi produsen merupakan citra sekaligus nama baik bagi perusahaan, selain itu juga merupakan bagian dari strategi bisnis yang tidak ada seorang produsen yang tidak menggunakan merek sebagai identitas atas barang yang diproduksinya atau jasa yang diberikan.³ Hal ini diwujudkan dalam merek tersebut merupakan pengenal dan sekaligus pembeda antara merek suatu perusahaan tertentu dengan merek perusahaan yang lainnya.

Merek sebagai salah satu bentuk HKI dalam dunia perdagangan telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa.⁴ Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas dan reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek-lah

² Sulastrri, Satino, Yuliana Yuli W, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)”, Jurnal Yuridis Vol. 5 No. 1 Juni 2018, Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, 2018, Jakarta, hal 162

³ Zaenal Arifin. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. Jurnal Ius Constituendum, Volume 5 Nomor 1 April 2020. P-Issn : 2541-2345, E-Issn : 2580-8842. Hal. 49

⁴ Syahriah Semaun. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. Jurnal Hukum Diktum, Volume 14, Nomor 1, Juli 2016: 107 – 123.

yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.⁵

Negara Indonesia sendiri dengan telah mengubah dan menambah Undang- Undang Merek sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, membuktikan bahwa peranan merek sangat penting.⁶ Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum,⁷ sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu, Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Pasal 1 angka 5 menyebutkan bahwa “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Melalui merek pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan/mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain yang mempunyai itikad tidak baik pada barang dan/atau jasa yang telah

⁵ Jisia Mamahit, 2013 Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan, Jurnal Hukum Ekonomi Lex Privatum Vol.I,Nomor 3,Juli 2013, hal. 54

⁶ Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek Dalam Tatanan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. Jurnal Komunikasi Hukum (JKH), 6(1), 83-94.

⁷ Prasetya, I. M. D., & Ariana, I. G. P. (2019). Pengaturan Merek Produk Makanan (Berdasarkan undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek). Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, 7(1), 1-14

dihasilkan pengusaha tersebut. Selain itu, merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang telah dihasilkan pengusaha.⁸

Perlindungan merek di Indonesia tentunya sangat penting dewasa ini, diharapkan akan berkurangnya kasus-kasus penjiplakan yang terjadi di masyarakat sehingga terkoordinasinya system merek yang aktual di Indonesia.⁹ Peraturan perlindungan terhadap merek di Indonesia ditujukan untuk dapat melindungi merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum, sehingga pemegang nama merek yang asli tidak perlu dirugikan akibat dari peniruan dan pemalsuan merek yang dilakukan oleh oknum tertentu.¹⁰ Perlindungan hukum yang di berikan pemerintah Indonesia senantiasa bervariasi dan jika sengketa yang terjadi tidak dapat diselesaikan oleh pihak kementerian maka dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan. Terdapat salah satu perusahaan makanan olahan ayam yaitu Ayam Geprak Bang Topan yang sudah berdiri sejak maret 2010 bertempat di Salatiga. Ayam Geprak Bang Topan sendiri termasuk dalam UMKM usaha kecil dimana yang dimaksud dari UMKM usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang

^{ti8} Rahmi Jened, 2015, Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi, Kharisma Putra Utama, Jakarta, hal.3.

⁹ Ali Ismail Saleh, dkk. Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini. *Journal of Judicial Review J JR* 22(2) December 2020, 291-300.

¹⁰ Desmayanti, R. (2018). Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal Sebagai Daya Pembeda Menurut Prespektif Hukum Di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 6(1), 1-21.

berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.¹¹

Produk ayam geprek ini memakai merek dan logo yang bertujuan agar mudah diingat dan dibedakan dari produk ayam geprek lainnya. Logo dan merek ayam geprek ini dibuat tidak asal-asalan melainkan memiliki makna filosofis yang dibuat oleh ownernya sendiri. Adapun merek dan logo dapat kita lihat dibawah ini.



Gambar 1. Logo Ayam Geprek Bang Topan

Dapat kita lihat seksama dari logo diatas terdapat berbagai ikon yang menjadi ciri khas dari Ayam Geprek Bang Topan itu sendiri. Pertama terdapat ikon karikatur wajah yang merupakan penggambaran dari wajah owner mulai dari rambut sampe dagu. Kedua ada gambar ayam untuk menunjukkan bahwa

¹¹ Inayah, " Kesadaran hukum pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam perlindungan kekayaan intelektual". Law and Justice. No.2 Vol.4 1 oktober 2019: 120-136

produk yang dijual berupa ayam geprak dan yang terakhir warna oranye berarti warna kesukaan dari *owner* Ayam Geprak Bang Topan. Hanya saja, penulis telah mengamati merek dan logo dari Ayam Geprak Bang Topan yang digunakan oleh pelaku usaha dalam produk tersebut banyak yang belum didaftarkan kepada instansi yang berwenang. Hal ini tentu saja akan menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha apabila dikemudian hari terdapat pihak lain yang beritikad tidak baik yang kemudian melakukan pendaftaran dengan nama yang serupa. Maka dari hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengkaji bagaimana regulasi mengatur perlindungan hukum Merek dan Logo serta pertanggungjawaban hukum apabila ada pihak lain yang memakai Merek dan Logo perusahaan oranglain tanpa izin dengan judul “*PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DAGANG DAN LOGO (Studi Pada Restoran Ayam Geprak Bang Topan).*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo Ayam Geprak Bang Topan?
2. Bagaimana pertanggungjawaban hukum apabila ada pihak lain yang menggunakan merek Ayam Geprak Bang Topan tanpa izin?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan daripada pembahasan pokok-pokok permasalahan dalam penelitian dalam skripsi ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo Ayam Geprak Bang Topan.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban hukum apabila ada pihak lain yang menggunakan merek Ayam Geprak Bang Topan tanpa izin.

D. Manfaat Penelitian

Di dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan serta membentuk pola pikir kemampuan penulis terkait perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo Ayam Geprak Bang Topan serta pertanggungjawab apabila ada pihak lain yang menggunakannya tanpa izin.

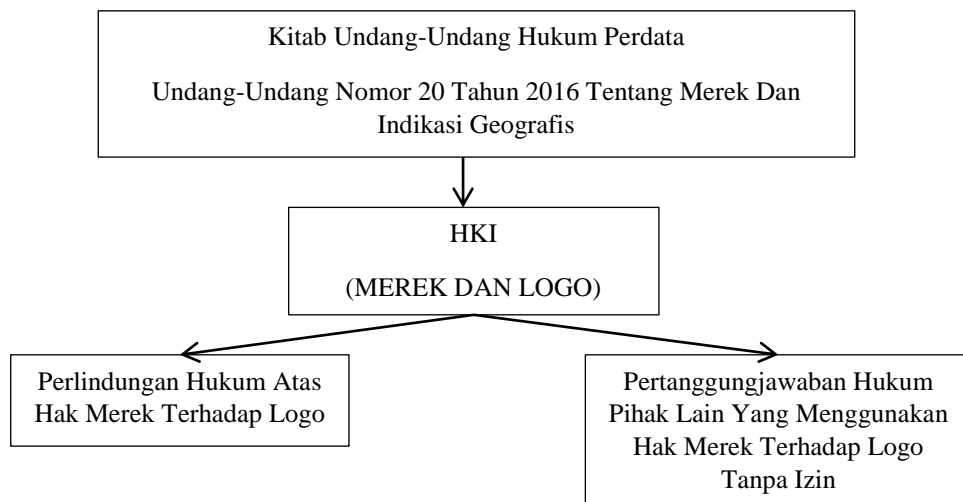
2. Bagi Masyarakat

Untuk memberikan informasi secara tertulis dan juga sebagai referensi untuk menambah ilmu pengetahuan pembaca atau masyarakat mengenai pentingnya merek dalam logo sebuah produk, perlindungan hukum serta pertanggungjawaban apabila ada pihak lain yang menggunakannya tanpa izin

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan yang berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum khususnya hukum mengenai Hukum Kekayaan Intelektual.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Sistem pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem konstitutif. Dalam hal ini pemilik merek akan mendapatkan hak atas merek setelah melakukan pendaftaran kepada DJKI, sistem ini dengan tegas mengatur bahwa pihak pertama yang mendaftarkan suatu merek maka ialah yang berhak

atas merek tersebut.¹² Berlakunya UU merek yang terbaru, yaitu UU Merek Tahun 2016, prosedur pendaftaran merek yang sebelumnya didasarkan pada UU No. 15 Tahun 2001 mengalami perubahan.

Perlindungan hukum adalah keadaan atau posisi dimana subyek hukum memperoleh kepastian hukum dan memperoleh hak dan melaksanakan kewajiban berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dapat dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.¹³ Perlindungan hukum ini dapat dijadikan dasar tindakan apabila terjadi intervensi oleh pihak lain yang dengan sengaja melanggar hukum. Terciptanya jaminan dan kepastian hukum merupakan prasyarat sentral untuk menjaga keamanan, ketertiban, penegakan hukum, dan penegakan perlindungan hukum. Oleh karena itu, pelaku industri kreatif mencegah klaim ide kreatif dari produk, merek, bahkan pihak lain yang memanfaatkan situasi tersebut. Tak kalah penting, kepemilikan HKI juga memengaruhi kemudahan suatu produk untuk menembus pasar global. Tanpa adanya Hak Kekayaan Intelektual, suatu produk berpotensi dikembalikan karena dianggap melanggar merek dagang, dan tidak ada perlindungan rahasia dagangnya.¹⁴

¹² Santoso, E. (2016). Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Terkenal Melalui Peran Kepabeanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 5(1), 117-134, hal. 124.

¹³ Perlindungan Hukum HAKI <http://e-journal.uajy.ac.id/6573/2/MIH201992.pdf> diakses pada 14 Juli 2022 pukul 16.37 WIB

¹⁴ Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif <https://www.kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif> diakses pada 14 Juli 2022 pukul 19.02 WIB

Titik Triwulan menegaskan pertanggungjawaban hukum harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya.¹⁵ Menurut Hans Kelsen suatu konsep terkait dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggungjawab hukum (liability). Seseorang dikatakan secara hukum bertanggungjawab untuk suatu perbuatan tertentu adalah bahwa dia dapat dikenakan suatu sanksi dalam kasus perbuatan yang berlawanan. Normalnya, dalam kasus sanksi dikenakan terhadap pelaku adalah karena perbuatannya sendiri yang membuat orang tersebut harus bertanggungjawab.¹⁶ Adanya merek dan logo sebuah produk dalam penelitian ini ialah Ayam Geprak Bang Topan akan menimbulkan masalah apabila merek dan logonya belum didaftarkan. Kondisi sebagai pihak yang belum mendaftarkan hak atas merek, apabila terdapat tindakan yang merugikan, pemilik merek tidak dapat menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasus pelanggaran merek. Maka dalam topik ini penulis ingin mengetahui dan mengkaji perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo serta pertanggungjawaban hukum apabila ada pihak lain yang menggunakan hak merek terhadap logo tanpa izin.

¹⁵ Titik Triwulan dan Shinta Febriana, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Cet.1, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2010), hal. 48

¹⁶ Jimly Asshiddiqie dan Ali Safa'at, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Cet.1. (Jakarta: Sekretariat Jenderal & Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI, 2006), hal. 61

F. Metode Penelitian

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 menganalisisnya. Disamping itu, juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.¹⁷ Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan menganalisisnya, dalam melakukan penelitian seyogyanya selalu meningkatkan dengan makna yang mungkin dapat diberikan kepada hukum.¹⁸ Metode penelitian tersebut dijelaskan lebih rinci dengan penjelasan berikut ini :

1. Jenis Penelitian

Penggunaan metode ini adalah penelitian hukum normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka berupa undang undang yang secara jelas mengatur mengenai perlindungan hukum mengenai merek terhadap logo sebuah produk usaha yaitu Ayam Geprak

¹⁷ Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika, hal 18

¹⁸ Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardiono, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, hal 3

Bang Topan dan pertanggungjawaban apabila ada pihak lain yang menggunakan merek dan logo milik Ayam Geprak Bang Topan tanpa izin.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan dalam penelitian ini yaitu metode yuridis normatif. Pendekatan ini digunakan karena ingin mengkaji Hak Merek dan logo dari aspek normatif tentang perlindungan hukum terhadap merek dan logo dan pertanggungjawaban apabila ada pihak yang memakainya tanpa izin.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer dalam penelitian hukum adalah data yang diperoleh langsung sebagai pelengkap dari hasil penelitian normatif.¹⁹ Sumber data primer yaitu data yang diambil dari sumbernya atau dari lapangan, melalui wawancara dengan pihak berkepentingan atau responden yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti²⁰ dalam penelitian ini ialah Ayam Geprak Bang Topan

¹⁹ Mukti Fajar & Yulianto Achmad, 2010, Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris, Yogyakarta, Pustaka Pelajar. hal. 156

²⁰<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8804/BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y> diakses pada 11 Juli 2022 pukul 15.00 WIB.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dengan melakukan penelitian studi kepustakaan dengan menggunakan bahan-bahan seperti :

1) Bahan Hukum Primer :

Bahan hukum yang mengikat dimana bahan hukum tersebut terdiri dari :

- a. Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- b. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi

2) Bahan Hukum Sekunder :

Bahan hukum sekunder memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti buku-buku ilmu hukum, jurnal, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan perjanjian kerjasama.

Maka dalam penelitian ini bahan hukum sekunder terdiri atas:

- a. Buku-buku literature bacaan yang menjelaskan mengenai Merek dan Logo
- b. Hasil Penelitian
- c. Hasil karya ilmiah para sarjana.

G. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu :

a. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer ini diperoleh penulis melalui cara studi lapangan dengan melakukan penelitian secara langsung dengan cara sebagai berikut :

1) Daftar Pertanyaan

Menyusun daftar pertanyaan merupakan rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal, dalam penelitian ini khususnya pertanyaan mengenai perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo Ayam Geprak Bang Topan serta pertanggungjawaban pihak lain yang memakai merek dan logo milik Ayam Geprak Bang Topan tanpa izin.

2) Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan metode dimana interviewer (Pewawancara) bertatap muka langsung dengan responden untuk melakukan tanya jawab menanyakan perihal fakta-fakta hukum yang akan diteliti, pendapat maupun persepsi dari responden, serta

saran-saran dari responden yang berkaitan dengan objek penelitian.²¹

b. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh dengan cara mengumpulkan, menghimpun dan mempelajari kedua bahan hukum yang tersebut diatas, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

H. Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu dengan cara pengolahan data-data yang telah dikumpulkan berupa peraturan perundang-undangan, buku kepustakaan dan literatur lainnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum merek terhadap logo milik Ayam Geprak Bang Topan dan pertanggungjawaban pihak lain yang tanpa izin memakai mere katas logo milik Ayam Geprak Bang Topan Kemudian dipadukan dengan pendapat responden yang diperoleh dari wawancara dilapangan secara deskriptif analisis dicari pemecahannya yang setelahnya dapat ditarik kesimpulan.

²¹ Suratman dan Philips Dillah, 2003, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung : Alfabeta, Hal 127.