

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan di Indonesia sekarang semakin berkembang pesat seiring berkembangnya zaman, baik perdagangan dalam skala besar hingga Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). Hal yang penting untuk diperhatikan oleh pengusaha terhadap usahanya yaitu adalah kepemilikan hak merek dari produk atau jasa yang diperdagangkan.

Asal usul merek itu berpagkal di sekitar abad pertengahan di Eropa, saat perdagangan dengan dunia luar sudah mulai berkembang. Yang mana fungsi awal hanya untuk menunjuk kepada asal produk yang bersangkutan. Setelah itu dikenal dengan metode produksi massal dan dengan jaringan distribusi dan pasar yang lebih luas dan kian rumit, fungsi merek berkembang menjadi seperti yang dikenal sekarang ini.¹

Merek sebagai satu dari banyak wujud karya intelektual tentu mendapat perlindungan hak kekayaan intelektual karena hak kekayaan intelektual memiliki sifat teritorial kenegaraan. Merek memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan guna untuk kelancaran, identitas, serta peningkatan perdagangan barang maupun jasa. Hal tersebut dikarenakan merek memiliki beberapa nilai penting bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen sendiri, merek bukan hanya untuk identitas dan pembeda dengan produk yang sejenis,

¹ Bambang Kesowo, 1995, Pengantar Umum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia, Makalah Penataran Hukum Dagang Se Indonesia, Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

dimaksudkan juga untuk membantu dalam membangun suatu citra perusahaan serta meningkatkan penjualan didalam pemasaran. Bagi para konsumen, merek selain mempermudah identifikasi produk, juga sebagai tolak ukur konsumen untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Dalam pandangan umum, Pasal 1 angka 5 UU MIG yaitu mengatur bahwa hak atas merek merupakan suatu hak eksklusif yang diberikan dari negara untuk para pemilik merek yang sah terdaftar dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut dan/atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek miliknya. Menurut Philip Kotler Merek yaitu suatu simbol,tanda, rancangan, ataupun sebuah kombinasi dari (3)tiga hal tersebut yang ditunjukkan sebagai suatu identitas dari beberapa penjual lain untuk kemudian dijadikan sebagai pembeda dengan pesaing yang ada dipasaran.²

Jadi, definisi dari merek itu merupakan definisi hukum yang memberikan perlindungan kepada pemilik merek dan suatu upaya pemulihan jika tanda perdagangan digunakan oleh orang yang tidak memiliki kewenangan itu. Jadi merek itu bisa diartikan memiliki hak yang luas dan kecil dibandingkan suatu cap sebagai suatu pembeda dari barang atau jasa yang sejenis.

Hak atas Merek adalah suatu hak eksklusif yang diberi oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek dalam waktu yang telah dibatasi dengan menggunakan merek sendiri atau memberi

² Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo

izin pada pihak lain untuk digunakannya merek tersebut. Sudah termasuk mencakup hak moral dan hak ekonomi. Dalam hal ini menjadikan hak merek harus diperbarui apabila jangka waktu telah berakhir.

Konsep perlindungan kekayaan intelektual diindonesia yaitu untuk melindungi hak moral dan hak ekonomi. Hak moral yaitu hak untuk mendapatkan perlindungan agar ciptaan dari merek tidak diubah atau dirusak oleh orang lain tanpa persetujuan dari pemilik dan mempunyai hak untuk diakui sebagai pencipta dari ciptaan tersebut, sedangkan hak ekonomi yaitu hak untuk mendapat keuntungan (benefit) terhadap ciptaannya. Sebagai bagian HKI (hak kekayaan intelektual), merek adalah sesuatu yang harus dilindungi secara khusus. Perlindungan merek memiliki tujuan untuk melindungi kepemilikan atas suatu merek, goodwill dan investasi dalam suatu merek, serta dari pemalsuan sebuah produk yang tentu sangat merugikan penciptanya atau untuk upaya untuk melindungi konsumen dari perasaan bingung yang dialami konsumen menyangkut asal usul suatu barang atau jasa. Untuk mendapatkan perlindungan atas hak merek dapat dilakukan melalui

Pendaftaran Merek. Banyaknya yang tidak memperdulikan terhadap permasalahan merek dikarenakan merek tidak terlalu penting, biaya besar,pendaftarannya berbelit-belit dan merek dianggap tidak begitu penting.

Banyak permasalahan tentang merek yang ada diindonesia, salah satunya yang marak diindonesia yaitu adalah penggunaan merk yang cukup terkenal untuk produk usaha yang sama. Kasus yang pernah terjadi di Purbalingga, Jawa Tengah, yaitu polisi menyita 180 knalpot racing ber merk

„Creampie“ yang dipalsukan dari pengepul knalpot di Purbalingga, kasus ini ditangani oleh polda DIY karena pemilik hak merk „Creampie“ yang

berdomisili di jogja, tidak terima produk ciptaannya diduplikat dan dijual oleh pengepul berinisial WG yang berdomisili di purbalingga, lalu melaporkan kepada polda DIY, pengepul knalpot berinisial WG sendiri mengaku, ia hanya membeli barang dari produsen knalpot di Purbalingga, lalu menjualnya. “Rata-rata knalpot yang terkenal pasti banyak tiruan, dipurbalingga sendiri sebenarnya terdapat merek lokal purbalingga, dikarenakan penjualan kurang naik, maka dari itu memasang emblem dari merk terkenal,” ujarnya.

Di Purbalingga sendiri merupakan wilayah yang terkenal dengan pengrajin knalpot lokal, dan Sebagian besar penduduknya adalah pengrajin knalpot. Salah satu yang berdampak besar setelah terjadinya kasus ini adalah home industries di wilayah Purbalingga, Jawa Tengah yang merupakan suatu wilayah yang Sebagian besar penduduknya adalah pengrajin knalpot racing, kebanyakan pengrajin belum mempunyai lisensi merek sendiri bahkan menggunakan merk „Creampie“ sendiri merupakan permintaan dari distributor untuk memproduksi knalpot yang sudah memiliki merek sebelumnya atau disebut sebagai knalpot replika. Permintaan pembuata knalpot replika dikarenakan apabila diberi merek yang belum terkenal maka akan sulit untuk menjualnya dipasar. Hal itu tentu sangat merugikan bagi pihak pemilik hak merek maupun konsumen yang terkena tipu.

Setelah terjadinya pelaporan dari pihak Creampie atas kasus tersebut, untuk berikutnya pengrajin knalpot di wilayah Purbalingga, Jawa Tengah memutuskan untuk membuat merek sendiri. Penasihat dari Apik Bangsa

(Asosiasi Pengrajin Knalpot Purbalingga), Agung Sudrajat menuturkan ada 7(tujuh) Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang telah tergabung kedalam asosiasi. "Kalau produsen knalpot itu se-Purbalingga berjumlah sekitar 700 sampai 1000-an. Itu semua home industri dan belum semua produsen tergabung kedalam asosiasi tersebut. Itu pengrajin knalpot untuk mobil dan knalpot motor semua," ujarnya. Untuk upaya dalam mengantisipasi penyalahgunaan merek, Agung menuturkan, saat ini anggota yang sudah tergabung kedalam asosiasi telah memproses pematenan kurang lebih sekitar 100 merek. "Hampir semua itu kurang lebih 100 merek sudah dalam tahap proses. Yang telah jadi baru 10 merek dari Purbalingga, cuma proses pematennannya lama, sekitar 3(tiga) tahun baru jadi," ujar Agung. Kabid Perindustrian Dinas Perindustrian Kabupaten Purbalingga Agus Purhadi

Satya menuturkan bahwa pihaknya telah melakukan upaya agar para produsen knalpot bisa mempunyai merek sendiri yang terdaftar resmi. Agus menjelaskan sudah terdapat sekitar 30 produsen knalpot yang mengajukan hak paten. Tetapi hingga saat ini, masih banyak sekali knalpot knalpot palsu yang beredar serta diperjual belikan di wilayah Purbalingga, Jawa Tengah. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merk Knalpot di Purbalingga".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum hak merek terhadap pengrajin knalpot dan produk knalpot lokal di Purbalingga, Jawa Tengah ?
2. Faktor yang menjadi penghambat belum didaftarkannya merek knalpot di Purbalingga, Jawa Tengah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan untuk dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisis dan mengetahui mengenai perlindungan hukum hak merek serta faktor penghambat pendaftaran merek terhadap pengrajin knalpot dan produk knalpot di wilayah Purbalingga, Jawa tengah.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan atau pertimbangan bagi pengrajin lokal, pelaksanaan pendaftaran merek di (Dirjen HKI) Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual maupun pembuat peraturan untuk dapat secara spesifik membuat aturan yang dapat dijangkau oleh pelaku bisnis terutama bisnis lokal.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dibidang hak kekayaan intelektual khususnya perlindungan hak merek terhadap produk knalpot lokal dan pengrajin lokal.

D. Kerangka Berpikir

Indonesia merupakan negara hukum, jadi semua harus berdasarkan pada hukum yang berlaku diindonesia. Begitu juga dengan perlindungan merek dalam kekayaan intelektual. Peraturan tentang merek telah disahkan oleh Presiden Jokowi dalam Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang MIG (merek dan indikasi geografis) yang berbunyi, „merek sebagai 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.

Hak Merek sendiri merupakan salah satu bagian dari HKI. Merek dianggap sebagai “roh” dari suatu produk. Bagi pengusaha, merek adalah suatu aset yang bernilai tinggi karena menjadi ikon dari kesuksesan yang sejalan dengan usahanya yang telah dibangun dengan segala keuletan termasuk biaya promosi. Bagi produsen merek dapat digunakan sebagai jaminan dari mutu hasil produksinya. Merek Terdaftar, disimbolkan dengan suatu tanda. Setelah meratifikasi WTO Agreement, Indonesia telah

mengupayakan melakukan banyak revisi terhadap berbagai undang-undang yang berkaitan dengan bidang Hak Kekayaan Intelektual.

Upaya dari pemilik merek untuk melakukan pencegahan pemakaian merek miliknya oleh pihak lain adalah hal yang sangat penting dan harus dilindungi oleh hukum. Dalam lingkup perlindungan merek, perdagangan tidak bisa berkembang pesat jika suatu merek sendiri tidak mendapatkan perlindungan oleh hukum yang memadai dari suatu Negara. Suatu pelanggaran merek tentu tidak serta hanya merugikan para pemiliknya saja sebagai pemegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi konsumen. Upaya perlindungan merek sendiri terbagi menjadi 2 yaitu, secara preventif dan represif. Preventif yaitu dengan pendaftaran merek dan represif yaitu dengan mengenakan sanksi berupa pidana ataupun perkara di pengadilan.

Meskipun merek menjadi sesuatu hal yang sangat penting bagi pengusaha maupun pengrajin untuk melindungi ciptaannya dari Tindakan menduplikat dan mengklaim ciptaannya yang berpotensi merugikan pengrajin yang menciptakan ciptaannya, tetapi pendaftaran merek sendiri masih tidak terlalu diperdulikan oleh pengrajin lokal. Peristiwa ini terjadi disebabkan karena kurangnya informasi dan edukasi tentang pendaftaran hak merek kepada pengrajin lokal, sehingga pengrajin lokal menganggap pendaftaran merek sebagai suatu proses yang lama dan berbelit-belit. Dan jalan pintas yang diambil oleh pengrajin lokal yaitu memakai merek yang terkenal agar bisa mendongkrak pasar. Hal itu tentu menyalahi peraturan dan melanggar

peraturan tentang merek itu sendiri serta melanggar hak moral dan hak ekonomi dari pemilik merek yang asli.

Amstrong menyatakan bahwa suatu brand (merek) memiliki pengertian sebagai sebuah nama, tanda, istilah, desain atau simbol ataupun sebuah kombinasi di antaranya, yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa yang dihasilkan produsen. Menurutnya merek bisa memudahkan para konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk yang beredar dipasaran, mengidentifikasikan suatu produk mana yang memiliki manfaat lebih, dan produk mana yang sesuai dengan selera konsumen. Ditambah merek juga menyatakan sesuatu tentang konsistensi dan kualitas. Artinya bila kualitas dan konsistensi suatu merek itu bagus, maka akan sangat mudah diterima oleh konsumen. Pada intinya merek wajib mempunyai suatu nilai, arti dan daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa dimana bila dikelola dengan baik maka akan mendongkrak pasar dan meningkatkan kesadaran serta loyalitas dari konsumen. Hak atas merek merupakan hak eksklusif dari negara yang diberi kepada pemegang brand, untuk melindungi hak moral dan hak ekonomi. Hal ini menyebabkan pendaftaran dari suatu merek adalah sesuatu yang perlu dilakukan oleh pengusaha besar maupun industri rumahan.³

E. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah pada dasarnya merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang

³ Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga ⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI-Press, 2007, hlm. 5.

mempunyai tujuan untuk menjadi alat bantu dalam mempelajari suatu gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya.⁴ Maka dari itu dalam penulisan ilmiah ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang sistematis dan menyeluruh tentang perlindungan hukum hak merek terhadap knalpot dan pengrajin lokal di Purbalingga, Jawa Tengah.

2. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian yuridis empiris, yaitu jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.⁴ Dalam penelitian, penulis akan meneliti mengenai kaidah-kaidah hukum mengenai perlindungan hak merek yang dikaitkan dengan perlindungan merek bagi pengrajin knalpot lokal di wilayah Purbalingga, Jawa tengah.⁵

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di tempat produksi knalpot lokal Purbalingga, Jawa Tengah.

⁴ Bambang Waluyo, 2002, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika; hal. 15.

⁵ Bambang Waluyo, 2002, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika; hal. 15.

4. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya untuk memperoleh data, yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan meminta keterangkanketerangan dari pengrajin knalpot di Purbalingga, Jawa Tengah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penulis sumber-sumber tertulis seperti:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari peraturan perundang-undangan yang akan diteliti,; Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang MIG (merek dan indikasi geografis).

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer meliputi : buku-buku, undang-undang, jurnal hasil penelitian, artikel tentang obyek yang

diteliti atau pendapat para pakar hukum.⁶ Dalam penelitian ini merupakan literatur yang terkait dengan perlindungan hak merek.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

a. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi kepustakaan yang diperoleh dari buku-buku, hasil penelitian, maupun peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hak merek.

b. Studi Lapangan

Penulis dalam menyusun penelitian ini juga menggunakan studi lapangan yaitu memperoleh data dengan teknik wawancara antara penulis dengan pihak yang dipandang memahami dan mengerti objek yang diteliti berkaitan dengan perlindungan merk knalpot lokal di Purbalingga, Jawa Tengah.

6. Metode Analisis

Penulis menggunakan metode analisis data berupa kualitatif yang dalam pengertiannya suatu bahasan diperoleh melalui penggabungan antara penelitian lapangan dengan studi kepustakaan kemudian ditafsirkan dan didiskusikan terhadap data primer yang didapatkan untuk kemudian diolah menjadi satu bahasan yang utuh⁷

⁶ Amirudin, dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hal. 32.

⁷ Lexy J Meleong, 2007, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Tarsito, hal 32.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penulisan skripsi ini maka diperlukan sistematika sedemikian rupa. Adapun sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I berisi pendahuluan pada bab ini, memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kerangka Teoritis, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II berisi Tinjauan Pustaka dalam bab ini akan menjelaskan tentang Teori dan Definisi tentang Merek, Jenis Merek, Hak dan Fungsi Merek, Pendaftaran Merek, Jangka Waktu dan Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Industri Rumahan(UMKM).

BAB III berisi Hasil Penelitian dan Pembahasan, penulis menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan dan pembahasannya yang dihubungkan dengan fakta dan data dari kepustakaan mengenai perlindungan hukum hak merek terhadap knalpot lokal di Purbalingga, Jawa Tengah terhadap merek dan faktor yang menghambat pendaftaran merek knalpot lokal

BAB IV berisi Penutup pada bab ini, penulis menguraikan mengenai kesimpulan dan saran terkait hasil penelitian yang telah dilakukan penulis.