

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan pelaksanaan pemenuhan kebutuhan hidup saat ini makin mengalami pembaharuan dari sisi tata laksana, maupun sarana pemenuhan kebutuhan. Hal ini bertolak belakang dengan sarana dan prasarana serta ketersediaan lapangan pekerjaan. Hal ini menyebabkan semangat wirausaha sebagai solusi dalam mengurangi pengangguran semakin meningkat. Setiap melakukan kegiatan yang berhubungan dengan wirausaha, semua orang seakan terpacu untuk menjadi sosok kreatif dan inovatif yang dimana hal tersebut berdampak besar bagi kemajuan dan keberadaan dari usaha yang dibuat. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan kegiatan wirausaha yang memasuki segala bidang, masih banyak wirausahawan yang ingin mencari ‘cara cepat’ untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui jalan wirausaha. Ketika pelaku tidak memiliki keterampilan dan inovasi membuat banyak lahirnya produk-produk yang memalsukan keterampilan pelaku usaha yang lain, sehingga perlindungan secara hukum terhadap Kekayaan Intelektual sangat diperlukan.

Literatur *Anglo Saxon* memperkenalkan istilah *Intellectual Property Rights*. Istilah hukum tersebut diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia menjadi dua bentuk, yaitu Hak milik Intelektual dan Hak Kekayaan Intelektual. Perbedaannya terdapat pada istilah “*Property*”. pembuat Undang-undang menggunakan istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai istilah

resmi dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, sedangkan para penulis hukum ada yang menggunakan istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI)¹

Produk palsu atau dalam istilah awamnya `produk KW` menjadi penghalang bagi pelaku usaha-usaha besar yang sudah memiliki eksistensi dan popularitas. Diberikannya iming-iming harga lebih murah dan bisa menjangkau masyarakat menengah kebawah membuat tingkat penjualan produk asli semakin menurun, hal ini diperkuat dengan masih lemahnya daya beli masyarakat Indonesia yang dipengaruhi oleh faktor tingkat kemiskinan yang tinggi dan keterbatasan lapangan kerja. Salah satu usaha pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada produk asli adalah dengan menerbitkan regulasi terkait Hukum Kekayaan Intelektual (HAKI) yang dapat memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang mencoba meniru produk asli. Pusat Inovasi Kebijakan Global (*Global Innovation Policy Center/ GIPC*) dari Kamar Dagang Amerika Serikat (*U.S. Chamber of Commerce*) menilai Asia Tenggara (ASEAN) sebagai kawasan yang sangat kompetitif dalam menerapkan perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI).

Indeks yang mengukur sistem HAKI di dalam hasil penelitian GIPC bertajuk "*Create*" menampilkan bahwa Singapura memimpin di kawasan ASEAN dengan menduduki peringkat kesembilan dari 50 negara. Malaysia menyusul dengan menduduki posisi ke 22, diikuti Brunei Darussalam di peringkat ke 35, Filipina di posisi 38, Vietnam di level 40, Thailand di posisi

¹ Abdulkadir Muhammad, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 1

40 dan Indonesia di posisi 43. Negara-negara, seperti Indonesia, Thailand, dan Vietnam, masih sama-sama berjuang menjalankan program jangka panjang dalam memperkuat koordinasi antarlembaga pemerintah terkait penerapan HAKI. Salah satu usaha dalam menurunkan angka pelanggaran HAKI di Indonesia adalah dengan memajukan sektor wirausaha dalam perkembangan ekonomi kreatif, memajukan produk-produk lokal atau produk rumahan. Hal ini akan mendorong masyarakat Indonesia yang bergerak disektor industri produk lokal, terutama dalam bidang *Fashion* akan berkembang.²

Penggunaan *brand fashion* yang berasal dari produk lokal harus menjadi sebuah kebanggaan bagi masyarakat, jika hal itu tercapai maka animo konsumsi terhadap produk lokal akan semakin berkembang. Banyak *Brand Fashion lokal* yang sudah mulai maju dan berkembang. Tingginya tingkat kemajuan ekonomi kreatif dalam bidang *Fashion* akan menghambat angka pelanggaran hak kekayaan intelektual dan hak Merek. Stigma menggunakan brand lokal yang asli lebih baik daripada brand luar yang tiruan akan memberikan efek besar terhadap kemajuan industri kreatif lokal Indonesia dan tentu saja hal ini juga akan mengurangi angka pelanggaran hak cipta dengan tidak memproduksi barang tiruan, tetapi membuat Merek dan model sendiri sesuai dengan inovasi dan keterampilan. Berupaya agar bisa berjalan secara maksimal, upaya pemerintah harus benar-benar nyata dalam

² Ester Christine Natalia, 2018, *Indonesia Tidak Ambisius dalam Perlindungan HAKI*. CNBC News, Jakarta, diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180307075059-4-6444/indonesia-tidak-ambisius-dalam-perlindungan-haki> pada tanggal 17 Maret 2020

memajukan industri tersebut dengan membuat aturan hukum terkait perlindungan hukum pelaku usaha kreatif atau aturan hukum tentang kemudahan dalam mengurus administrasi pendaftaran Merek dan pendirian usaha yang mendukung ekonomi kreatif.

Merek mempunyai peran dalam suatu produk selain untuk memasarkan produk dari suatu perusahaan produk, merek juga berperan sebagai upaya pembeda (*distinctiveness*) suatu barang dan/atau jasa yang mempunyai ciri khas tertentu dalam hal barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda.

Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh kualitas yang diciptakan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena masyarakat sering mengaitkan suatu stigma, kualitas atau nama baik dari barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat bernilai secara komersial, dan tak jarang merek-lah yang membuat harga suatu barang menjadi tinggi bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut³

Merek terkenal asing sering dipalsukan (atau minimal pelaku usaha sering menumpang ketenaran dari merek terkenal tersebut) karena nilai ekonomisnya yang sangat besar. Akibatnya pemilik merek yang terdaftar atas merek terkenal dirugikan kepentingannya dengan menurunnya pangsa pasar, pudarnya "goodwill" (keistimewaan yang dimiliki oleh perusahaan) atau reputasi merek yang telah dibangun dengan jerih payah dan biaya yang tidak

³ Eddy Darmian, 2005, *Hukum Hak Cipta*, PT. Alumni, Bandung. hlm 131

sedikit. Bukan hanya kepentingan pemilik merek terkenal saja yang dirugikan, konsumen juga dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan keinginannya sebagai timbal balik dari pembayaran yang telah dilakukan.⁴

Sektor perdagangan dunia, Indonesia sering disusupi barang palsu merek terkenal karena Indonesia dianggap sebagai pasar yang sangat berpotensi untuk menjadi sasaran utama yang dituju karena masyarakat Indonesia yang condong berorientasi pada penggunaan produk-produk luar negeri (*label minded*) dan angka konsumsi akan gaya hidup yang tinggi dalam menggunakan merek terkenal yang dapat mendorong dan menentukan status sosial dalam kelompok masyarakat, merek merupakan gengsi bagi kelompok tertentu karena gengsi seseorang terletak pada apa yang dipakai atau jasa apa yang digunakan. Semakin tersohor merek yang digunakan berbanding lurus dengan status sosial, apalagi jika merek itu terkenal sebagai produk asli yang sulit didapat dan dijangkau oleh kebanyakan orang akan dapat menjadi kebanggaan tersendiri bagi pengguna. Penggunaan merek terkenal ini biasanya dengan alasan demi kualitas, harga diri, atau investasi, angka konsumsi yang tinggi inilah yang menuntut industri lain untuk memanfaatkan merek-merek terkenal untuk mendapatkan profit lebih, semakin tingginya angka permintaan merek-merek terkenal maka semakin besar pula produksi dan peredaran merek-merek terkenal palsu yang beredar. Produk-produk tersebut dipasarkan

⁴ Kurnia, 2011, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*. Bandung: PT. Alumni, hlm 99

ke seluruh dunia termasuk di Indonesia.⁵

Peredaran barang palsu, imitasi, kualitas (selanjutnya disebut KW) atau bermutu rendah tidak lepas dari beragam merek produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen menjadikan konsumen memiliki berbagai macam pilihan tergantung daya beli atau kemampuan konsumen. Tingginya permintaan konsumen dari kalangan menengah kebawah yang tidak ingin ketinggalan *trend* dan ingin memiliki produk-produk ternama atau terkenal namun harganya terjangkau demi menunjang gaya hidup, tetapi tidak jarang para konsumen datang dari golongan menengah ke atas bahkan kalangan sosialita.

Maraknya penyebaran barang palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak, selain merugikan pemerintah dari sisi pajak, investor atau pemegang merek, keberadaan barang palsu juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen, sebagai pengguna meskipun mereka secara langsung dapat membedakan merek terkenal yang asli dengan merek terkenal palsu tetapi mereka tidak mengindahkannya demi menunjang gaya hidup, situasi seperti inilah yang perlu mendapat perhatian dari pemangku kebijakan agar pemegang merek terkenal/ investor mendapat jaminan perlindungan hukum terhadap berkembangnya merek-merek terkenal palsu dalam partai besar. Perbuatan pemanfaatan merek akan mengurangi kepercayaan pihak asing atau investor terhadap jaminan perlindungan merek

⁵ Zhafran, Muhammad, 2019, *Perlindungan Hukum Pemegang Merek Terkenal Terhadap Pemalsuan Merek yang Dilakukan Industri Rumahan di Indonesia*, Repositori USU, Universitas Sumatera Utara, diakses dari <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14008> pada tanggal 11 Januari pukul 22.05 WIB

yang mereka miliki, akibatnya muncul ketidakpercayaan dunia Internasional terhadap cara perlindungan hak atas merek yang diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam hal hubungan dagang. Selain itu kerugian juga akan dialami oleh pekerja, secara nasional industri di dalam negeri berpotensi mengalami potensi kehilangan Rp 3 triliun per tahun, yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk membayar upah tenaga kerja atau buruh yang bekerja pada produsen barang asli akibat tingginya angka peredaran barang palsu. Dari Rp 3 triliun tersebut, potensi kehilangan upah ini terutama mengancam buruh yang bekerja di sektor industri pakaian dan barang dari kulit sebesar Rp 2,32 triliun, industri makanan dan minuman sebesar Rp 620,2 miliar, industri farmasi dan kosmetika sebesar Rp 268,4 miliar serta industri software dan tinta printer sebesar Rp 186,3 miliar⁶

Peredaran barang palsu memiliki angka yang tinggi dipasar lokal disebabkan karena kurang efektifnya pengawasan dan lemahnya penegakan hukum. Maraknya peredaran barang palsu diduga karena adanya dugaan kecurangan dalam penegakan hukum sehingga tanpa kesulitan barang tersebut beredar di masyarakat. Pemerintah dalam mengawasi peredaran produk palsu harus melihat dari sisi penegakan hukumnya sehingga pelaku barang palsu dapat ditindak tegas. Kurang efektifnya pengawasan pihak berwenang terhadap peredaran barang di pasaran tidak hanya mencederai persaingan usaha dan melukai hak konsumen, barang-barang palsu yang umumnya berasal dari dalam negeri sendiri maupun dari luar negeri akan

⁶ *Dampak Peredaran Produk 'Abal-abal' Industri Rugi Rp 3 Triliun*, Detik Finance edisi 16 Juli 2014 Diakses dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/2639468/dampak-peredaran-produk-abal-abal-industri-rugi-rp-3-triliun?f9911033> pada 17 November 2019, 13:10 wib).

berdampak negatif terhadap pendapatan negara⁷. Permasalahan hukum seperti pemanfaatan merek, peniruan merek, pemalsuan merek dan pembajakan merek dapat diterapkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan juga ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu :

“Tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut”.

Kasus-kasus pelanggaran merek terkenal yang terjadi di Indonesia dapat dijumpai dari pedagang kaki lima di sepanjang trotoar, pusat-pusat perbelanjaan sampai pusat-pusat pertokoan yang berada di mal-mal mewah yang memajang barang-barang dagangannya di etalase yang indah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik merek yang dirugikan?
2. Bagaimana akibat hukum yang timbul dari pelaksanaan jual beli sepatu dengan merek yang palsu?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diidentifikasi di atas maka penulisan ini

⁷ Iqbal, Lulus, Agus, *Negara Dirugikan Puluhan Triliun Rupiah - Pengawasan Lemah, Barang Palsu Banjiri Pasar Lokal*, Harian Ekonomi Neraca edisi 25 Juli 2013, Diakses dari (<http://neraca.co.id>, diakses 17 November 2019, 13:32 WIB).

bertujuan untuk :

- a. Untuk Mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek sepatu ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis
- b. Untuk Mengetahui bagaimana akibat hukum dari jual beli barang palsu

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan baik secara teoritis maupun praktis dan diharapkan dapat memberikan tambahan kontribusi bagi pokok-pokok kepentingan baik untuk kepentingan praktek maupun teoritis antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam peredaran barang-barang palsu.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dalam pelaksanaan perlindungan merek bagi pemegang merek.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam upaya pencegahan pelanggaran yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan membuat pelaku usaha dan konsumen sadar hukum dalam transaksi jual beli ilegal barang-barang palsu.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran agar

pemerintah dan pihak terkait lebih melindungi hak-hak para pemegang merek.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan Penelitian skripsi ini nantinya akan dibagi dalam 5 Bab, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang terdiri dari pengertian merek, fungsi merek, jenis merek, perlindungan hukum merek, penyelesaian hukum merek, bentuk merek, prosedur dan persyaratan pendaftaran merek, dan pembahasan tentang Indikasi Geografis

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan sifat penelitian, Sumber data, Teknik pengumpulan data, Pendekatan Penelitian, Analisis data, keaslian penulisan dan waktu serta lokasi penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Analisis

Bab ini berisi tentang jenis penelitian dan jenis data , teknik pengumpulan data, pendekatan penelitian, teknik analisis data, dan waktu serta lokasi penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penulis