

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam konsep negara hukum, setiap tindakan yang dilakukan oleh negara dalam menyelenggarakan pemerintahannya harus berlandaskan atas hukum. Hukum dalam suatu negara digunakan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan dan tindakan sewenang-wenang yang dilakukan oleh pemerintah. Konsep negara hukum mengenal 2 (dua) sistem hukum yaitu *common law system* (sistem hukum Anglo Saxon) dan *civil law system* (sistem hukum Eropa Kontinental). Kedua sistem hukum ini menggunakan istilah yang berbeda yaitu *civil law system* menggunakan istilah *rechtstaat*, sedangkan *the rule of law* istilah yang digunakan oleh *common law system*.

Julius Stahl berpendapat bahwa *rechtstaat* memiliki 4 (empat) elemen penting yaitu perlindungan hak asasi manusia, pemisahan atau pembagian kekuasaan untuk menjamin hak-hak asasi manusia, pemerintahan berdasarkan undang-undang, dan peradilan administrasi negara dalam perselisihan¹. Sedangkan, menurut A.V. Dicey *the rule of the law* memiliki 3 (tiga) ciri penting yaitu supremasi hukum dalam arti tidak boleh ada kesewenang-wenangan (*Supremacy of Law*), kedudukan yang sama di depan hukum (*Equality before the Law*), dan terjaminnya hak-hak manusia dalam Undang-Undang dan/atau keputusan pengadilan (*Due Process of Law*).² Tetapi pada prinsipnya *rechtstaat* dan *the rule of the law* mempunyai kesamaan terhadap

¹ Sugianto, *Ilmu Negara: Sebuah Kajian dalam Perspektif Teori Kenegaraan di Indonesia*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm. 11

² Dody Nur Andriyan. *Hukum Tata Negara dan Sistem Politik*. Yogyakarta: Deepublish 2016, hlm 37

pemaknaan dan/atau pemahaman tentang negara hukum yang dimana keduanya memandang bahwa hukum sebagai sarana yang efektif dalam menata kehidupan berbangsa dan/atau bernegara.

Konsep Indonesia sebagai negara hukum disebutkan dalam penjelasan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyebutkan bahwa Indonesia adalah negara yang berdasarkan hukum (*Rechtsstaat*), tidak berdasarkan atau kekuasaan belaka (*Machsstaat*). Tetapi disebutkan kembali secara tegas, dalam perubahan keempat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang dituangkan dalam Pasal 1 ayat (3) yang menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara hukum.

Menurut A.Hamid S. Attamimi, negara hukum (*rechstaat*) adalah negara yang menempatkan hukum sebagai dasar kekuasaan negara dan penyelenggaraan kekuasaan tersebut dalam segala bentuknya dilakukan dibawah kekuasaan hukum.³ Muh. Yamin berpendapat negara hukum sebagai suatu negara yang menjalankan pemerintahan yang tidak hanya menurut kemauan orang-orang yang memegang kekuasaan, melainkan menurut aturan tertulis yang dibuat oleh badan-badan perwakilan rakyat yang terbentuk secara sah.⁴ Sedangkan menurut Satjipto Rahardjo, negara hukum merupakan negara yang menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia serta menjamin kesejahteraan setiap warga negaranya.⁵

³ A. Hamid S. Attamimi, *Teori Perundang-Undangan Indonesia*. Makalah pada Pidato Upacara Pengukuhan Guru Besar tetap di Fakultas Hukum UI, Jakarta, 1992, hlm. 8

⁴ Bahder Johan Nasution, *Negara Hukum dan Hak Asasi Manusia*, Bandung: Mandar Maju, 2008, hlm. 1

⁵ Satjipto Rahardjo, *Tipe Negara Hukum*, Malang: Bayu Media, 2004, hlm. 56.

Menurut Padmo Wahjono terdapat 4 (empat) pokok-pokok atau prinsip negara hukum Indonesia yaitu:⁶

- 1) Melindungi dan menghormati hak-hak kemanusiaan.
- 2) Mekanisme kelembagaan negara yang demokratis.
- 3) Adanya suatu tertib hukum.
- 4) Adanya kekuasaan kehakiman yang bebas.

Dalam penerapannya negara Indonesia memiliki prinsip yang didasarkan pada unsur-unsur umum negara hukum seperti perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM), pemisahan atau pembagian kekuasaan, adanya pelaksanaan kedaulatan rakyat, adanya penyelenggaraan pemerintahan yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan adanya peradilan administrasi negara. Menurut H. Azhary terdapat 7 (tujuh) unsur negara hukum Indonesia yaitu:⁷

- 1) Hukum bersumber pada Pancasila.
- 2) Menganut sistem konstitusi.
- 3) Kedaulatan rakyat.
- 4) Persamaan dalam hukum.
- 5) Kekuasaan kehakiman yang bebas dari kekuasaan lain.
- 6) Pembentukan Undang-Undang.
- 7) Sistem MPR.

Dari 7 (tujuh) unsur tersebut dapat dikatakan bahwa sumber hukum negara Indonesia bersumber dari Pancasila merupakan sumber dari segala sumber hukum negara, hal ini sesuai dengan alinea keempat pembukaan Undang-Undang Dasar

⁶ Padmo Wahjono, *Indonesia Negara BERdasar Atas Hukum*, Cet. 1, Jakarta: Graha Indonesia, 1983, hlm. 10

⁷ Azhary, *Negara Hukum Indonesia*, Cet. 1, Jakarta: UI Press, 1995, hlm. 143.

Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dapat dikatakan Pancasila merupakan sumber dari segala sumber hukum. Sehingga, setiap ketentuan hukum di negara Indonesia tidak boleh bertentangan dengan Pancasila. Pancasila sebagai sumber hukum lebih tinggi kedudukannya dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Tetapi, Pancasila bukan sebagai dasar hukum tertinggi dalam peraturan perundang-undangan karena dasar hukum tertinggi ialah Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sebagai dasar negara, Pancasila merupakan pedoman dalam bernegara. Pancasila yang merupakan landasan negara Indonesia diharapkan dapat merealisasikan cita-cita negara yaitu mensejahterakan dan memajukan negara Indonesia. Dalam alinea keempat pada Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyebutkan bahwa:

“Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”

Pada alinea keempat tersebut dapat dikatakan negara mempunyai tanggung jawab untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum dalam rangka mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sehingga, dapat dikatakan konsep *welfare state* terdapat dalam alinea keempat Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan

sila kelima Pancasila yang kemudian dijadikan sebagai petunjuk dasar untuk hidup berbangsa dan melaksanakan penyelenggaraan negara.

Gagasan mengenai *welfare state* diperkenalkan oleh Jeremy Bentham pada abad ke-18. Dalam gagasannya Jeremy Bentham menyebutkan bahwa pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan jaminan kebahagiaan kepada masyarakatnya (*The greatest happiness/welfare, of the greatest number of their citizen*).⁸ Menurut Jeremy Bentham yang dikenal sebagai Bapak Kesejahteraan Negara menyebutkan bahwa untuk mewujudkan *welfare state* berkaitan langsung dengan reformasi hukum, peranan konstitusi dan pengembangan kebijakan sosial.⁹

Negara harus bertanggung jawab atas kesejahteraan seluruh rakyatnya untuk menciptakan negara kesejahteraan. Definisi *welfare state* yaitu:

“concept of government in which the state or a well-established network of social institutions plays a key role in the protection and promotion of the economic and social well-being of citizens.”

Dalam negara kesejahteraan, pemerintah memiliki peran penting untuk menjaga serta memajukan kesejahteraan ekonomi dan sosial seluruh warga negaranya.¹⁰ Edi Suharto mendefinisikan negara kesejahteraan merupakan sebuah model pembangunan ideal yang difokuskan pada peningkatan kesejahteraan dengan memberikan peran yang lebih besar kepada negara dalam penyediaan pelayanan sosial yang universal dan komprehensif kepada warganya, sehingga tujuan dari sistem negara untuk menciptakan sistem perlindungan sosial yang dilembagakan

⁸ Elviandri, Khuzwati & Absori, *Quo Vadis Negara Kesejahteraan: Meneguhkan Ideologi Welfare State Negara Hukum Kesejahteraan Indonesia*, Jurnal Mimbar Hukum, Volume 3 Nomor 2, Juni 2019, hlm. 255

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Welfare State, Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/welfare-state> diakses pada 18 September 2020

untuk setiap warga negara sebagai ilustrasi adanya hak warga negara dan kewajiban negara.¹¹

Menurut Ramesh Mishra, *welfare state* merupakan suatu tanggung jawab negara terhadap kesejahteraan warga negara yang meliputi intervensi ekonomi pasar, kebijakan ketenaga kerjaan dan pelayanan kesejahteraan sosial, termasuk juga lembaga dan kebijakan dalam bidang kesejahteraan adalah menjadi pemikiran dan tanggung jawab negara.¹² Dalam *Welfare state*, negara dituntut untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan merata kepada seluruh masyarakat agar dapat terwujudnya kesejahteraan kehidupan masyarakat.

Kesejahteraan merupakan suatu kondisi yang sejahtera atau kondisi yang telah terpenuhinya kebutuhan dasar hidup meliputi pangan (makanan), sandang (pakaian), papan (tempat tinggal), pendidikan, dan perawatan kesehatan. Secara umum, terdapat 4 (empat) pilar utama suatu negara dapat dikatakan sebagai *welfare state* yaitu *social citizenship* (kewarganegaraan sosial), *full democracy* (demokrasi penuh), *modern industrial relation system* (sistem hubungan industrial modern), *right to education and expansion of modern mass education system* (hak atas pendidikan dan perluasan sistem pendidikan massa modern).¹³ Menurut Mac Iver konsepsi *welfare state* memiliki ciri-ciri sebagai berikut:¹⁴

- 1) Dalam negara hukum kesejahteraan mengutamakan terjaminnya hak-hak asasi sosial ekonomi rakyat.

¹¹ Edi Suharto, *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*, Bandung: ALFABET, 2007, hlm 27

¹² Ramesh Mishra, *Welfare State in Crisis, Social Thought and Social Change*, Wheasheat Book Ltd, Harvester Press, London, 1984, hlm. xi

¹³ Juniarso Ridwan dan Ahmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, Bandung: Nuansa, 2009, hlm. 54

¹⁴ Mac Iver, *The Modern State*, Oxford University Press, London, 1950, hlm. 4

- 2) Pertimbangan-pertimbangan efisiensi dan manajemen lebih diutamakan.
- 3) Negara tidak hanya menjaga ketertiban dan keamanan tetapi juga turut serta dalam usaha-usaha sosial ekonomi.
- 4) Kaidah-kaidah hukum administrasi semakin banyak mengatur sosial ekonomi dan membebankan kewajiban tertentu kepada warga negara.
- 5) Lebih bersifat negara hukum material yang mengutamakan keadilan sosial.

Mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat Indonesia merupakan tugas utama pemerintah. Sjachran Basah mengatakan bahwa pemerintah Indonesia diharuskan untuk menjaga dan memastikan kesejahteraan sosial seluruh warganya agar dapat tercapainya tujuan negara melalui pembangunan nasional.¹⁵

Konsep *welfare state* dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dituangkan dalam Pasal 27 ayat (2), Pasal 31, Pasal 32, Pasal 33, Pasal 34. Secara tegas, kesejahteraan diatur dalam BAB XIV Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 tentang Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial. Dalam hal ini, konstitusi mempunyai peran sebagai penyeimbang antara kepentingan negara, masyarakat dan pasar. Menurut Karenenburg dalam gagasannya mengenai negara kesejahteraan bahwa:¹⁶

- 1) Negara bukan sekedar pemelihara ketertiban hukum, tetapi secara aktif mengupayakan kesejahteraan rakyat.

¹⁵ Sjachran Basah, *Eksistensi dan Tolak Ukur Badan Peradilan Administrasi di Indonesia*, Bandung: Alumni, 1985, hlm. 2 – 3

¹⁶ Subhan Agung, *Pemerintah Asli Masyarakat Adat: Sebuah Studi Kepemimpinan Adat di Lembah Timut Ciamis*, Yogyakarta: Deepublish, 2017, hlm. 22

- 2) Tindakan negara harus adil, merata dan seimbang untuk seluruh rakyat.
- 3) Hukum berlaku untuk seluruh lapisan masyarakat yang ditujukan untuk kesejahteraan seluruh rakyat.

Muchsan berpendapat bahwa negara Indonesia berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 termasuk negara yang tergolong *welfare*. Muchsan berpendapat bahwa fungsi negara Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁷

- 1) Fungsi utama adalah tugas keamanan, pertahanan, dan ketertiban. Termasuk juga dalam fungsi ini perlindungan terhadap kehidupan, hak milik, dan hak-hak lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- 2) Fungsi kedua adalah tugas kesejahteraan. Tugas inipun dalam arti yang seluas-luasnya termasuk pelayanan sosial dan kesejahteraan sosial. Selain itu, meliputi kegiatan yang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat serta keadilan sosial bagi seluruh bangsa Indonesia.
- 3) Fungsi ketiga adalah tugas pendidikan. Dalam fungsi ini meliputi tugas untuk penerangan umum, pembangunan karakter bangsa, peningkatan kebudayaan, dan lain-lain.
- 4) Fungsi keempat adalah tugas untuk mewujudkan ketertiban serta kesejahteraan dunia. Dalam politik bebas aktif, Negara RI ikut

¹⁷ Muchsan, *Sistem Pengawasan Terhadap Perbuatan Aparat Pemerintah dan Pengadilan Tata Usaha Negara di Indonesia*, Yogyakarta: Liberty, 1992 hlm. 8

menciptakan kedamaian yang kekal dan abadi bagi kehidupan manusia pada umumnya.

Pembangunan merupakan salah satu upaya dalam memenuhi tanggung jawab negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Dalam setiap kegiatan pembangunan didalamnya meliputi 2 (dua) dimensi utama yaitu dimensi ekonomi yang berkaitan dengan aspek material dan kesejahteraan sosial yang berkaitan dengan aspek spiritual dan sosial.¹⁸

Untuk meningkatkan kesejahteraan dalam rangka pembangunan nasional Presiden Jokowi menetapkan 9 (sembilan) agenda utama yang disebut Nawacita. Nawacita ditujukan untuk mendorong dan mengarahkan perubahan menuju Indonesia yang berdaulat secara politik, mandiri di bidang ekonomi, berkepribadian kebudayaan.¹⁹ Nawacita sebagai agenda prioritas dalam rangka pembangunan lima tahun yaitu pada kurun waktu 2014 sampai 2019 merupakan bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Di dalam Nawacita terdapat pembangunan hukum sebagai sarana untuk mendukung pembangunan ekonomi yang dirumuskan didalam Bab 7 Buku II RPJMN. Secara umum, sasaran yang ingin dicapai sari agenda pembangunan nasional di bidang hukum berdasarkan RPJMN yaitu:²⁰

- 1) Menciptakan penegakan hukum yang berkualitas dan berkeadilan.

¹⁸ Suradi, *Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial (Economic Growth and Social Welfare)*, Informasi, Puslitbang Kesejahteraan Sosial, Vol. 17 No. 03, 2012, hlm. 149

¹⁹ Nawacita, RPJMN, Misi Presiden, <https://kinerja.ekon.go.id/page/nawacita-rpjm-misi-presiden.html> diakses pada 19 September 2020.

²⁰ Nawacita dan RPJMN sebagai Kesatuan Rencana Pembangunan Bidang Hukum dan Hak Asasi Manusia, <https://referensi.elsam.or.id/wp-content/uploads/2015/07/Policy-Brief-Kebijakan-HAM-1.pdf> diakses pada 19 September 2020.

- 2) Meningkatkan kontribusi hukum untuk peningkatan daya saing ekonomi bangsa.
- 3) Meningkatkan kesadaran hukum di segala bidang.

Didalam mewujudkan pembangunan nasional melalui pembangunan hukum diatur didalamnya Undang-Undang mengenai Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI). HKI memiliki peran penting dalam pembangunan nasional serta mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Hal ini disebabkan kegiatan perdagangan barang dan jasa selalu berhubungan dengan HKI.

HKI merupakan salah satu hak yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.²¹ HKI bersifat eksklusif, hal ini dikarenakan tidak semua orang dapat menghasilkan hak kebendaan tersebut atau hanya orang tertentu yang dapat melahirkan hak semacam itu.²² HKI terbagi menjadi dua bagian yaitu Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak Kekayaan Industri terdiri dari Paten, Merek, Indikasi Geografis, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang dan Perlindungan Varietas Tanaman.

Merek merupakan salah satu bentuk karya intelektual yang memiliki pengaruh penting dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Bagi produsen, merek digunakan untuk membedakan suatu produk dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa lainnya yang sejenis. Sedangkan bagi konsumen, merek digunakan untuk mempermudah pengidentifikasian yang mempengaruhi kesetiaan masyarakat dengan pilihan barang dari suatu merek tertentu yang sudah dikenalnya sehingga

²¹ Kholis Roisa, *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Sejarah, Pengertian, Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa*, Malang: Setara Press, 2015, hlm 4.

²² H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015, hlm. 11-12.

masyarakat tersebut cenderung untuk menggunakan merek tersebut seterusnya dengan berbagai alasan seperti sudah lama mengenal produk tersebut, terpercayanya kualitas produknya, dan lain-lain, sehingga fungsi merek sebagai jaminan kualitas semakin nyata.²³ Dapat diketahui fungsi penting dari merek sebagai berikut:²⁴

- 1) Tanda pengenal barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.
- 2) Alat promosi.
- 3) Jaminan atas kualitas barang dan/atau jasa.
- 4) Menunjukkan asal barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.

Dengan adanya fungsi merek tersebut pelaku usaha dapat menjamin kualitas barang atau jasa yang diproduksi dan mencegah tindakan persaingan usaha tidak sehat dari perusahaan sejenis lainnya yang mempunyai itikad buruk. Merek memiliki peran penting, terutama dalam menjaga persaingan sehat para pelaku usaha untuk berlaku jujur dalam melakukan kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Saat ini pelaku usaha dituntut harus semakin kreatif dalam memasarkan produk barang dan/atau jasa, hal ini disebabkan semakin banyaknya pelaku usaha sejenis yang saling bersaing dalam memasarkan produknya. Saat ini persaingan usaha semakin ketat, hal ini mempengaruhi pelaku usaha agar dapat membangun suatu merek yang kuat agar dapat bersaing. Oleh sebab itu, pelaku usaha harus memberikan ciri khas pada produk barang dan/atau jasa tersebut. Untuk

²³ Muhammad Djumhana, *Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 78

²⁴ Risa Amrikasari, Logo yang Serupa dengan Logo Merek Terkenal, Dapatkah Didaftarkan?, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5d73c97be2182/logo-yang-serupa-dengan-logo-merek-terkenal--dapatkah-didaftarkan/>, diakses pada 22 Agustus 2020.

memberikan ciri khas pada produk barang dan/atau jasa, pelaku usaha wajib melakukan *branding*.

Menurut Kotler, *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang dan/atau jasa pesaing, yang dimana bagi perusahaan *branding* bukan hanya sekedar merek atau produk tetapi sebagai *image* perusahaan secara keseluruhan.²⁵ Sedangkan menurut Landa, pengertian *branding* merupakan semua hal yang berkaitan dengan hal-hal kasat mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, kredibilitas, karakter, pesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.²⁶

Dapat diketahui bahwa unsur-unsur yang meliputi *branding* yaitu:

- 1) Nama Merek.
- 2) Logo.
- 3) Tampilan visual seperti desain produk, desain kemasan, desain seragam, dan lain-lain.
- 4) Maskot.
- 5) Suara, seperti bunyi, nada, lagu.
- 6) Kata-kata seperti slogan dan/atau *tagline*.

Unsur-unsur yang meliputi *branding* dalam suatu kegiatan usaha berfungsi sebagai pembeda, sehingga lebih mudah membedakan kegiatan usaha sejenis

²⁵ Witdya Pangestika, Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui, <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>, diakses pada tanggal 22 Agustus 2020.

²⁶ Novia Widya Utami, Semua Tentang Branding yang Harus Anda Tahu, https://www.jurnal.id/id/blog/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu/#Landa_2006, diakses pada tanggal 22 Agustus 2020.

dengan pesaing. Selain itu, berfungsi juga sebagai sarana promosi dan daya tarik yang dapat memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat. *Branding* juga dapat digunakan untuk membangun citra, kepercayaan, dan jaminan kualitas yang membuat suatu produk mudah diingat. Produk yang mudah diingat dapat mempengaruhi pandangan masyarakat sebagai konsumen dalam memandang suatu produk, hal ini dapat berpengaruh pada pengendalian pasar. *Branding* juga memiliki pengaruh penting terhadap kemajuan bisnis. Beberapa manfaat melakukan *branding* dalam kegiatan usaha barang dan/atau jasa yaitu:²⁷

- 1) Memberikan daya tarik konsumen.
- 2) Memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa.
- 3) Membuka peluang perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tinggi.
- 4) Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan dengan produk pesaing.

Menurut Soeryati, suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu, barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya.²⁸ Sedangkan menurut Philip S. James., Sarjana Inggris menyebutkan bahwa:

“A trademarks is a mark used in conextion with goods which a trader uses in order to tignity that a certain types of good are his trade need not be the actual manufacture of goods, in order to give him the right to use a trade mar, it will suffice if they marely pass throug his hand is course of trade.”²⁹

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Soeryati, *Hukum Dagang I dan II*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1980, hlm. 84.

²⁹ Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, Jakarta: Akademika Pressindo, 1990, hlm. 44

Merek diartikan sebagai suatu tanda yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memberikan ciri khas bahwa barang-barang yang dimilikinya, pelaku usaha tersebut tidak perlu penghasilan sebenarnya dari barang-barang itu, untuk memberikan kepadanya hak untuk memakai sesuatu merek, cukup memadai jika barang-barang itu ada di tangannya dalam lalu lintas perdagangan.

Selanjutnya, dapat dikatakan bahwa suatu produk barang atau jasa merupakan selalu berhubungan dengan merek dan tidak dapat dipisahkan. Hal ini dikarenakan, tidak memungkinkan suatu produk barang atau jasa tidak memiliki merek tersendiri untuk membedakan produknya. Dapat dikatakan, merek adalah identitas dalam perdagnangan barang atau jasa.

Di Indonesia, pengaturan bagi merek mengalami beberapa kali perubahan Undang-Undang. Perubahan-perubahan yang dilakukan berkaitan dengan meratifikasi perjanjian internasional, penyesuaian terkait dengan perlindungan indikasi asal dan geografis, dan penyesuaian lain sesuai dengan perkembangan merek. Dapat diketahui, tujuan dari perubahan Undang-Undang untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu peraturan perundang-undangan di bidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih memadai.³⁰ Saat ini perlindungan merek diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

³⁰ Undang Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Tambahan Lembar Negara Republik Indonesia Nomor 5953.

Geografis. Menurut Abdulkadir Muhammad subjek hukum merek terdiri dari orang perseorangan, beberapa orang secara bersama-sama dan/atau badan hukum.³¹

Pendaftaran merek di Indonesia menerapkan prinsip *first to file*, sehingga siapapun baik perorangan maupun badan hukum yang pertama kali mendaftarkan suatu merek untuk kelas dan jenis barang/jasa tertentu, dianggap sebagai pemilik hak atas merek yang bersangkutan untuk kelas dan jenis barang/jasa tersebut.³² Pendaftaran merek ditujukan agar Undang-Undang dapat memberikan perlindungan terhadap pihak yang mendaftarkan merek pertama kali dengan itikad baik, sehingga pihak lain tidak dapat menggunakan merek yang sama. Adapun fungsi dari pendaftaran yaitu:³³

- 1) Alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan.
- 2) Dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang dan/atau jasa sejenisnya.
- 3) Dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama secara keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang dan/atau jasa sejenisnya.

Dapat diketahui, dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 unsur-unsur suatu merek tidak dapat didaftarkan yaitu:

- 1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.

³¹ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2007, hlm. 130.

³² Merek, <http://www.hki.co.id/merek.html>, diakses pada 20 September 2020

³³ Memahami Merek, <https://dgip.go.id/memahami-merek>, diakses pada 20 September 2020

- 2) Sama dengan, berkaitan dengan atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
- 3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- 4) Tidak memiliki data pembeda.
- 5) Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 definisi mengenai merek disebutkan sebagai berikut: Merek merupakan 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. Definisi tersebut berbeda dengan definisi merek dalam ketentuan sebelumnya yaitu dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang hanya mengatur mengenai merek konvensional yang meliputi tanda berupa gambar logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut. Sedangkan, perluasan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan mengakui perlindungan merek non-konvensional atau merek non-tradisional. Merek non-tradisional yang diatur meliputi:

- 1) 3 (tiga) Dimensi.
- 2) Suara.

3) Hologram.

Konsep perlindungan merek non-tradisional telah diakui perlindungan dan pendaftarannya sebagai merek oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO). Pada tahun 2008 telah ditetapkan “*Area of Convergence*” mengenai merek non-tradisional yang merupakan “*New Types of Marks*” atau tipe merek baru yang terbagi menjadi 2 (dua) yaitu *Visible* dan *Non-Visible*.³⁴ Beberapa bentuk merek non-tradisional yang termasuk *Visible* yaitu:³⁵

- 1) Merek Tiga Dimensi (*Three Dimensional Marks*).
- 2) Warna (*Color Marks*).
- 3) Hologram (*Hologram Marks*).
- 4) Posisi (*Position Marks*).
- 5) Gerakan (*Motion or Multimedia Sign*).
- 6) Tanda Isyarat (*Gesture Marks*)

Beberapa bentuk merek non-tradisional yang termasuk *Non-Visible* yaitu:³⁶

- 1) Suara (*Sound Marks*).
- 2) Aroma (*Olfactory Marks*).
- 3) Tanda Sentuh (*Touch Marks*).
- 4) Tekstur (*Texture or Feel Marks*).

Dari uraian diatas, dapat dikatakan bahwa bentuk tersebut dianggap sebagai non-tradisional karena terdiri dari bentuk yang dikembangkan dari bentuk merek dagang yang telah dikenal pada umumnya seperti gambar, logo, nama, kata, angka

³⁴ Risa Amrikasari, Dasar Hukum Perlindungan Merek Non-Tradisional, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5bee57cd0c924/dasar-hukum-perlindungan-merek-non-tradisional> diakses pada tanggal 20 September 2020.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*

dan susunan warna. Berbagai bentuk merek non-tradisional ini merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan dunia industri perdagangan terutama dalam hal strategi pemasaran. Dengan adanya merek non-tradisional pemilik merek dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen secara luas. Misalnya, konsumen yang memiliki keterbatasan penglihatan atau buta tetap dapat membedakan produk yang satu dengan yang lain melalui bunyi atau aroma.³⁷

Bentuk merek non-tradisional dapat didaftarkan jika memiliki ciri khas yang dapat membedakan produk sejenis dan dapat direpresentasikan dalam bentuk nyata.³⁸ Di Indonesia perlindungan merek non-tradisional baru diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, saat ini suara yang digunakan dalam kegiatan perdagangan termasuk kedalam lingkup perlindungan merek. Suara yang didaftarkan sebagai suatu merek bersifat komersil yang dimana biasanya digunakan oleh pelaku usaha untuk membedakan ataupun memberikan ciri khas pada produk barang atau jasanya. Dengan didukung oleh suara maka ciri khas pada suatu merek akan sangat melekat dan mudah dikenali. Sebagai contoh, negara yang telah banyak mendaftarkan merek non-tradisional suara yaitu Amerika. Merek non-tradisional suara yang telah terdaftar di Amerika yaitu suara yang dimiliki oleh perusahaan perfilman *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM) dengan No. 73553567³⁹ yang telah mendaftarkan suara auman singa dan perusahaan perfilman milik *Twentieth*

³⁷ Andry Setiawan, Dewi Sulistianingsih, dan Ivan Bhakti Yudistira, *Non-Traditional Trademarks in Indonesia: Protection Under The Laws and Regulations (An Intellectual Property Law)*, Journal of Indonesian Legal Studies Universitas Negeri Semarang, Vol. 2 Issue 02, November 2017, hlm. 127.

³⁸ Reshmaa, *Non-Conventional Trademarks and Its Issue Related To Registration in India*, International Journal of Research and Analytical Reviews, Vol. 6, Issues 1, Maret 2019, hlm. 867

³⁹ Trademark "Sound Mark" Example, <https://www.uspto.gov/trademark/soundmarks/trademark-sound-mark-examples> diakses pada tanggal 20 September 2020.

Century Fox Film Corporation (20th Century Fox) dengan No. 74629287⁴⁰ yang telah mendaftarkan suara berupa kombinasi suara drum, trompet dan senar.

Di negara Amerika merek non-tradisional suara yang telah terdaftar dapat didengarkan secara langsung pada website yang dimiliki oleh *United States Patent and Trademark Office* (USPTO) yaitu www.uspto.gov. Dalam website tersebut selain menampilkan nomor pendaftaran merek suara yang telah terdaftar dilengkapi juga dengan rekaman digital merek suara terdaftar tersebut.

Suara pada suatu merek lebih dikenal sebagai *jingle*. *Jingle* merupakan suara yang memiliki nada dengan kata-kata atau tanpa kata yang memiliki ciri khas. Pada umumnya, *jingle* merupakan pengulangan nama suatu brand dan slogan dengan ritme tertentu dengan durasi yang cukup singkat. Perlu diketahui bahwa, *jingle* berbeda dengan lagu. Lagu merupakan nada dengan melodi yang didalamnya terdapat nyanyian dengan lirik tertentu dengan durasi yang cukup panjang. Dalam durasi yang cukup singkat, suatu *jingle* dapat menyampaikan pesan singkat atau slogan suatu merek dalam komposisi musik dan lirik. Penyampaian pesan melalui lagu dan/atau musik yang menyenangkan dan menghibur diharapkan dapat selalu teringat oleh konsumen tanpa harus melihat bentuk merek tersebut secara visual. Suatu *jingle* yang unik, *catchy* tetapi dengan durasi yang singkat akan memberikan kesan tersendiri terhadap konsumen. Dapat diketahui bahwa *jingle* memiliki manfaat bagi suatu produk yaitu:

- 1) Membangun pencitraan dan/atau *image* produk;
- 2) Produk mudah dikenal dan/atau diingat;
- 3) Menjadi pembeda suatu produk dengan produk lain yang sejenis;

⁴⁰ *Ibid.*

4) Sebagai alat promosi.

Di Indonesia telah banyak pelaku usaha yang menggunakan *jingle* untuk sebagai sarana untuk memasarkan produknya salah satunya yaitu *jingle* khas pada penjualan es krim Wall's. Selain itu, *jingle* juga digunakan dalam memasarkan produk susu oleh Susu Murni Nasional, Sari Roti yang menggunakan *jingle* dalam memasarkan produk roti, Tokopedia, Gojek dan lain-lain.

Sebelum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 disahkan, segala bentuk suara seperti lagu ataupun *jingle* hanya diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Lagu dengan atau tanpa lirik merupakan salah satu objek perlindungan hak cipta sesuai dengan Pasal 40 ayat (1) huruf (d) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Kemudian, dalam penjelasan Pasal 40 ayat (1) huruf (d) terdapat rumusan pengertian lagu atau musik sebagai berikut: “lagu atau musik dengan atau tanpa teks diartikan sebagai satu kesatuan karya cipta yang bersifat utuh.”

Berdasarkan penjelasan Pasal 40 ayat (1) huruf (d) tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa:⁴¹

- a. Lagu atau musik dianggap sama pengertiannya;
- b. Lagu atau musik dapat dengan atau tanpa lirik;
- c. Lagu atau musik merupakan suatu karya cipta yang utuh, sehingga unsur melodi, lirik, aransemen, notasi bukan merupakan ciptaan yang berdiri sendiri.

Sehingga, dapat dikatakan bahwa *jingle* sama seperti lagu atau musik yang merupakan salah satu hasil karya cipta dibidang seni dengan unsur melodi, lirik,

⁴¹ Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia Buku 4*, Jakarta: Ichtiar Baru, 1982, hlm. 141.

aransemen dan notasi yang dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Tetapi sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, *jingle* termasuk objek perlindungan merek dikarenakan *jingle* digunakan oleh pelaku usaha sebagai alat untuk membedakan barang atau jasa sejenis. Saat ini masih banyak *jingle* yang digunakan sebagai tanda untuk membedakan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan yang tidak didaftarkan sebagai merek tetapi hanya dicatatkan sebagai hak cipta. Salah satu penyebab banyaknya *jingle* yang hanya dicatatkan sebagai hak cipta dikarenakan masih kurang dikenalnya perlindungan tanda berupa suara dalam merek. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 melindungi objek yang sama yaitu *jingle* tetapi kedua ketentuan tersebut memiliki perbedaan dalam melindungi *jingle*.

Sesuai dengan uraian diatas, dapat kiranya dikatakan bahwa saat ini *jingle* merupakan obyek yang dapat masuk ke dalam ruang lingkup pengaturan dua Undang-Undang yaitu Merek dan Hak Cipta. Oleh karena itu, perlu ada pemahaman yang lebih dalam mengenai perlindungan *jingle* dalam merek dan hak cipta. Di Indonesia yang telah mendaftarkan *jingle* sebagai merek yaitu PT. Matahari Departement Store, Tbk dengan nomor pendaftaran IDM000763062.⁴² Tetapi, diketahui PT. Matahari Departement Store, Tbk sebelumnya juga telah mendaftarkan *jingle* tersebut terlebih dahulu sebagai Hak Cipta dengan nomor pencatatan 000104733.⁴³ Hal ini menyebabkan *jingle* yang dimiliki PT. Matahari

⁴² Jingle Matahari dan Logo, <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/merek/N3ZjVGMzTkhBS3dUZVN1WHV2YktHQT09?q=jingle&type=1&skip=10>, diakses pada tanggal 21 September 2020.

⁴³ Matarari Jingle End Tune, <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/hakcipta/akpGS3NxaIRMK0p3d2dubjd6Y01KUT09?q=jingle+matahari&type=1>, diakses pada tanggal 21 September 2020.

Departement Store,Tbk mendapatkan dua perlindungan sekaligus yaitu perlindungan pada merek dan perlindungan pada hak cipta.

Selain itu, terdapat kasus yang terjadi yang dilakukan oleh Young Lex yang merupakan seorang rapper. Lagunya yang berjudul “Lah Bodo Amat” hampir secara keseluruhan memakai instrumen nada dari *jingle* Susu Murni Nasional. Selain menggunakan instrumen *jingle* Susu Murni Nasional secara keseluruhan Young Lex melakukan modifikasi terhadap lirik tersebut. Instrumen *jingle* Susu Murni Nasional biasanya digunakan untuk memasarkan suatu produk susu yang dimana *jingle* tersebut memberikan ciri khas untuk membedakan dengan produk susu lainnya. Sehubungan dengan ini, ketentuan mengenai modifikasi terhadap *jingle* tidak diatur didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Oleh sebab itu, diperlukan pemahaman yang lebih jelas mengenai perlindungan suara sebagai merek, sebab memungkinkan timbulnya permasalahan karena instrumen nada suatu *jingle* memiliki resiko untuk digunakan dan/atau di modifikasi oleh pihak lain secara bebas. Sehingga, hal ini penting dipahami lebih lanjut untuk mencegah pelanggaran yang berkaitan dengan *jingle* sebagai merek.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan pengaturan suara sebagai merek dengan judul **“KONSEPSI DAN IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *JINGLE* SEBAGAI MEREK NONTRADISIONAL SUARA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana dikemukakan tersebut di atas, adapun rumusan permasalahan yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara?
- 2) Bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional tetapi digunakan juga untuk karya musik?

1.3 Tujuan Penulisan

Secara umum, tujuan yang hendak dicapai oleh penelitian hukum ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara.
- 2) Untuk menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional tetapi digunakan juga untuk karya musik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

- 1) Secara teoritis, dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi penelitian mengenai Hak Kekayaan

Intelektual terutama yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara.

- 2) Secara praktis, dengan penulisan ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pemerintah, dan akademisi hukum, mahasiswa yang mempelajari hukum, serta masyarakat dalam konteks perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara sebagaimana yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menuangkan ide pokok bahasannya ke dalam lima bab, yakni:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Latar Belakang penelitian yang menjadi landasan penelitian ini, Perumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Manfaat Penulisan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai tinjauan teoritis tentang perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara meliputi: Kepastian Hukum menurut Gustav Radbruch, Efektivitas Sistem Hukum menurut Lawrence M. Friedman, Konsep Perlindungan Hukum HKI, dan Merek Non-Tradisional.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan memberikan deskripsi terhadap metode penelitian yang meliputi: Pengertian Metode Penelitian, Jenis Penelitian,

Pendekatan Penelitian, Bahan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Hambatan dan Penanggulangan dalam Penelitian.

BAB IV: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai Analisa hukum terhadap identifikasi masalah yakni mengenai: pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara dan pelaksanaan perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional tetapi digunakan juga untuk karya musik.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan akan menyimpulkan secara garis besar terhadap rumusan masalah yang telah diuraikan, sedangkan saran berisi rekomendasi berkaitan dengan upaya mengatasi permasalahan dan kendala dalam perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara.

