

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara hukum yang mengatur masyarakatnya dengan kaedah hukum yang berlaku. Negara hukum ialah negara yang menegakkan supremasi hukum untuk menegakkan kebenaran dan keadilan serta tidak adanya kekuasaan yang tidak dipertanggungjawabkan.<sup>1</sup> Landasan hukum bernegara, adanya unsur-unsur negara hukum di Indonesia, dan ciri-ciri negara hukum adalah bukti yang dimiliki Indonesia. Bukti tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:<sup>2</sup>

- 1) Indonesia menganut negara hukum dibuktikan dalam landasan hukum yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 terdapat kata adil pada alinea pertama kata “perikeadilan”, dan Alinea keempat menyebutkan ‘keadilan sosial dan kemanusiaan yang adil’. Hal ini menunjukkan bahwa negara Indonesia menganut paham konstitusional.
- 2) Unsur-unsur negara hukum di Indonesia dapat dilihat dengan diberlakukannya sistem demokrasi dalam pemerintahan, supremasi hukum, sistem perwakilan dalam pemerintahan, pemerintahan yang diawasi oleh suatu lembaga negara, perlindungan terhadap hak asasi manusia, pengakuan kekuasaan pemerintah, adanya asas *rule of law* (persatuan berdasarkan hukum) demi tegaknya hukum, kepastian hukum dan tata tertib hukum dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara,

---

<sup>1</sup> Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia, Panduan Permusyawaratan Undang-undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 (sesuai dengan Urutan Bab, Pasal dan ayat) Sekretaris Jendral MPR RI, Jakarta, 2010, hal. 46

<sup>2</sup> Aim Abdulkarim, *Pendidikan Kewarganegaraan: Membangun Warga Negara yang Demokratis*, Jakarta: PT. Grafindo Media Pratama, 2006, hal.74

Semua itu ditujukan untuk mencapai tujuan negara demi kepentingan rakyat (nasional). Asas kepastian hukum memberikan legalitas yang tinggi dalam menjalankan aturan hukum, dimana legalitas adalah sebuah nilai inti, hak asasi manusia dalam arti *Nullum crimen, nulla poena sine lege*<sup>3</sup> (Tidak ada kejahatan, tak ada hukuman tanpa hukum)

- 3) Ciri-ciri negara hukum juga memiliki beberapa asas penting, seperti asas legalitas, asas pengakuan, dan perlindungan terhadap hak-hak warga negara, dan asas peradilan yang bebas dan tidak memihak.

Lebih lanjut, berbagai asas tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:<sup>4</sup>

- a. Legalitas, berarti segala bentuk negara harus diakui sebagai negara hukum;
- b. Pengakuan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia, berarti: terdapatnya hak persamaan dalam bidang politik, hukum, sosial, ekonomi, dan kebudayaan; serta
- c. Peradilan yang bebas dan tidak memihak, berarti sistem peradilan di Indonesia harus bebas dan tidak terpengaruh oleh kekuasaan/kekuatan apapun.

Berdasarkan 3 (tiga) kriteria diatas, Indonesia termasuk negara hukum karena telah memenuhinya, sebagaimana tercantum dalam Pasal 28 D ayat (1) UUD 1945 yang menyatakan bahwa “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil, serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”

---

<sup>3</sup> Chrisan, Julian, *The Principle of legality “Nullum Crimen, Nulla Poena The Lege” and Their Role*, Effectus Newsletter, Issue 5, Finance, 2010, hal. 1.

<sup>4</sup> Prof. Dr. H. Muchin, S.H, *Iktisar Hukum Indonesia*, Cet. I, Jakarta: Iblam, 2005, hal. 11

Tuntutan dasar yang tercakup dalam Prinsip konsep Negara Hukum yaitu, Kepastian hukum, Hukum berlaku bagi seluruh rakyatnya; adanya legitimasi demokratis dalam pembuatan hukum dan Menjunjung tinggi martabat manusia<sup>5</sup>

Menurut pemikiran Hans Kelsen konsep *rule of law* ialah penegakan hukum, maka:<sup>6</sup>

- 1) Kepastian hukum dalam menegakkan hukum;
- 2) Hukum merupakan sumber utama Hakim dalam memutuskan perkara;
- 3) Hukum tidak didasarkan pada kebijaksanaan dalam penerapannya; serta
- 4) Hukum bersifat dogmatik

Dalam mengoptimalkan pelaksanaan Negara Hukum Indonesia, maka tiap penerapan peraturan perundang-undangan harus dapat dijalankan secara harmonis. Harmonisasi penerapan sangat diperlukan sebab merupakan suatu keharusan agar membawa manfaat besar dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Indonesia sebagai negara hukum dapat dilihat dari berbagai aspek peraturan-peraturan yang bersifat memaksa dan mempunyai sanksi tegas jika dilanggar. Negara hukum akan menjamin keadilan bagi rakyatnya, adanya keadilan dalam kehidupan bermasyarakat, terciptanya kerukunan antar sesama.

Secara teoritis, konsep Negara Hukum berasal dari negara Eropa Kontinental dengan istilah "*Rechtstaat*", berarti negara berlandaskan hukum yang

---

<sup>5</sup> Arif Hidayat, *Kepastian Hukum harus Sejalan dengan Rasa Keadilan*, Antara News, <http://www.antaraneews.com>, diakses pada tanggal 01 Oktober 2020 pukul 14.00 WIB.

<sup>6</sup> Jimly Asshidiqie dan M. ali Syafa'at, 2006, *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*, Jakarta: Setjen dan Kepanitraan MK-RI, Cetakan I, hal. 5

berupaya membatasi dan mengatur sebuah kekuasaan.<sup>7</sup> Kemudian berkembang hingga ke negara-negara Anglo Saxon, khususnya di Inggris dengan istilah “*The Rule of Law*” atau negara hukum membatasi kekuasaan<sup>8</sup>

Karakteristik negara hukum Pancasila memiliki unsur dalam negara, sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) Keserasian hubungan pemerintah dengan rakyat berdasarkan asas kerukunan
- 2) Hubungan fungsional yang antara penguasa negara
- 3) Prinsip penyelesaian sengketa dengan musyawarah mufakat dan peradilan sebagai pilihan terakhir
- 4) Hak dan kewajiban yang seimbang.

Negara Hukum adalah negara yang mengatur susunannya dengan sebaik-baiknya dalam Undang-undang, sehingga segala kekuasaan dari alat-alat pemerintahan harus berdasarkan hukum. Dalam hal ini, rakyat tidak dapat bertindak sendiri-sendiri yang bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Maka dari itu, Negara Hukum menjamin sepenuhnya hak rakyat oleh negara terhadap negara dan rakyat harus tunduk dan taat pada Peraturan Pemerintah dan Undang-undang negara.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Dikatakan negara hukum lahir sebagai reaksi sistem pemerintahan absolut (*absolutism*) yang tidak menghargai eksistensi hak asasi manusia. Lihat Muhammad Tahur Azhary (1), *negara Hukum Indonesia*, Jakarta: UI-Press, 1995, hal 47

<sup>8</sup> Bagir Manan (ed), 1996, *Kedaulatan Rakyat, Hak Asasi Manusia dan Negara Hukum, Kumpulan Essai Guna Menghormati Prof. Dr. Sri Soemantri Martosoewignyo, SH*, Jakarta: Gaya Media Pratama, hal 77

<sup>9</sup> Titik Triwulan T, *Hukum Tata Usaha Negara dan Hukum Acara Peradilan Tata Usaha Negara Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 8-2016, hal 272

<sup>10</sup> Abdul Mukthie Fadjar, *Sejarah, Elemen dan Tipe Negara Hukum*, Setara Press, Malang, 2016, hal 5-6

Hukum juga mengatur para penguasa agar tidak bertindak sewenang-wenang. Hukum membatasi kebebasan antar individu dan penguasa dalam setiap interaksi kemasyarakatan, yang dimana peran hukum adalah memberikan perlindungan dan ketentraman umum. Hukum menghendaki keadilan agar terciptanya perdamaian dan ketentraman dalam masyarakat. Lantaran hukum yang tidak adil bertentangan dengan eksistensinya sendiri.<sup>11</sup>

Berdasarkan kutipan B. Arief Sidharta dari Scheltema, dapat dirumuskan unsur-unsur dan asas-asas negara hukum seperti tersebut dibawah ini:<sup>12</sup>

1. Pengakuan, penghormatan dan perlindungan hak asasi manusia yang berasal dari penghormatan atas martabat manusia (*human dignity*);
2. Asas kepastian hukum diberlakukan, mengingat Negara Hukum bertujuan untuk mewujudkan kepastian hukum dalam masyarakat dan prediktabilitas tinggi sehingga dinamika kehidupan bersama dalam masyarakat bersifat "*predictable*";
3. Persamaan (*similia similibus atau equality before the law*) diberlakukan, sebab dalam negara hukum, pemerintah tidak bisa mengistimewakan seseorang atau kelompok orang tertentu atau mendiskriminasikan seseorang atau kelompok orang tertentu. Prinsip ini mengandung jaminan persamaan bagi semua orang di hadapan hukum dan pemerintahan, serta tersedianya mekanisme untuk menuntut perlakuan yang sama bagi semua warga negara.
4. Asas demokrasi, yang berarti bahwa setiap orang memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk turut serta dalam pemerintahan atau untuk

---

<sup>11</sup> *Ibid.*,

<sup>12</sup> Bernard Arief Sidharta (1), *Kajian Kefilsafatan tentang Negara Hukum*, dalam Jurnal Hukum Jentera, Jakarta: Pusat Studi Hukum dan Kebijakan (PSHK), Edisi 3-Tahun II, November 2004, hal. 124-125

mempengaruhi tindakan-tindakan pemerintahan; serta

5. Pemerintah dan pejabat mengemban amanat sebagai pelayan masyarakat dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan tujuan negara.

Negara Hukum modern atau Negara Hukum sosial berkewajiban mensejahterakan rakyatnya, baik kesejahteraan sosial maupun ekonomi dengan ciri-ciri yaitu memberikan pelayanan yang terbaik. Berdasarkan ciri-ciri tersebut, muncul 2 (dua) konsekuensi negara kesejahteraan, yaitu:

1. Pemerintah campur tangan terhadap kehidupan rakyatnya hingga mencakup seluruh aspek kehidupan; dan
2. Pemerintah menggunakan asas *Freies Ermessen* atau diskresi dalam melaksanakan fungsinya

Salah satu bentuk dari komitmen untuk mensejahterakan rakyat tersebut, maka negara perlu untuk memerintah, mengatur, dan memfasilitasi berbagai hal, seperti dalam bidang merek dengan menerbitkan Undang-undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menggantikan dan menyempurnakan Undang-Undang sebelumnya, yakni Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Dan juga dalam bidang makanan adanya perlindungan konsumen yang dituangkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan (UUPK)).

Hukum Perlindungan Konsumen sangat perlu memperhatikan berbagai aturan dalam mensejahterakan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen mengatur dan melindungi hak dan kewajiban masyarakat selaku konsumen dan juga

pelaku usaha.<sup>13</sup> Peran pemerintah diperlukan dalam mengatur, mengawasi, dan mengontrol agar menciptakan sistem yang kondusif sehingga mencapai tujuan dalam mensejahterakan masyarakat. Di Amerika, perlindungan konsumen mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan merupakan objek kajian di bidang ekonomi, sosial, politik, dan hukum. Sedangkan di Indonesia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dikenal sebagai perintis advokasi konsumen Indonesia yang sangat responsif terhadap keadaan yang terjadi, bahkan lebih dahulu dari Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) Nomor 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>14</sup> Lahirnya YLKI dengan moto yang telah menjadi landasan dan arah perjuangan YLKI yakni melindungi konsumen, menjaga martabat konsumen dan membantu pemerintah.<sup>15</sup>

Konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan menentukan jenis barang/jasa yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhannya. Dirasa perlu pula adanya perlindungan konsumen terhadap keamanan pangan, masalah dan dampak penyimpangan mutu, serta kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan sistem mutu industri pangan. Sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 4 huruf (a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Lebih lanjut, Pasal 4 huruf (c) juga menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

---

<sup>13</sup> Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hal 1

<sup>14</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000, hal. 29

<sup>15</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008

Sedangkan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 30 UU Perlindungan Konsumen, menyampaikan bahwa: “Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga konsumen swadaya masyarakat”

Mengingat salah satu produk barang yang penting dikonsumsi oleh konsumen adalah makanan, maka penulis mencoba mengkaji mengenai perlindungan konsumen terhadap keamanan produk makanan dari merek terkenal. Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk mempertahankan kesehatannya. Pangan adalah kebutuhan pokok manusia agar tidak dapat ditinggalkan dalam, keselamatan, dan kesehatan secara jasmani maupun rohani.

Semua produk makanan yang akan dikonsumsi oleh konsumen seharusnya diseleksi dengan baik agar memperoleh asupan makanan yang kualitas keamanannya terjamin. Salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih produk makanan jadi adalah merek dari produk makanan tersebut. Konsumen akan menjadi lebih yakin akan kualitas produk makanan yang dikonsumsi, apabila produk makanan tersebut menggunakan merek terkenal. Konsumen bersedia untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi, apabila produk makanan yang dikonsumsi menggunakan merek terkenal. Terlebih jika merek terkenal tersebut telah dikenal sejak lama tidak saja di Indonesia, melainkan juga di beberapa negara lainnya. Pada prinsipnya, konsumen ingin mendapatkan jaminan dalam hal kesehatan, keamanan, serta keselamatan jika mengonsumsi produk makanan dari produk makanan merek terkenal.

Kebiasaan mengonsumsi makanan adalah suatu pola perilaku konsumsi pangan yang terjadi berulang-ulang. Perilaku seseorang mencakup tiga hal yaitu

pengetahuan, sikap dan tindakan. Ketiga hal ini adalah bagian dari perilaku seseorang dalam mengkonsumsi makanan.

Terkait dengan keamanan peredaran produk makanan diperlukan kontrol yang kuat dari pemerintah dan juga *stakeholder* guna memastikan standar kelayakan produk makanan yang akan diedarkan ke pasar. Fungsi dari pengendalian ini adalah untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen terhadap produk yang dikonsumsi dan mendorong produsen untuk memenuhi standar yang berlaku dalam mendistribusikan makanan.

Pola konsumsi masyarakat Indonesia saat ini mulai bergeser dari pola menu gizi seimbang menjadi pola makanan cepat saji (*fast food*). Pola menu gizi seimbang adalah pola menu yang mengandung zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh. Fungsi gizi tubuh yaitu menghasilkan energi, membangun dan memelihara jaringan serta mengatur proses kehidupan.<sup>16</sup>

Konsumen sering menemukan produk makanan mengandung bahan tambahan yang dilarang, seperti jamu yang mengandung bahan kimia obat. Kondisi seperti itu menimbulkan fenomena yang mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada di posisi yang lemah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya makanan yang mengandung bahan berbahaya. Ada beberapa faktor penyebab, diantaranya: regulasi yang kurang tegas, pengawasan tidak dijalankan dengan baik, produsen kurang bertanggung jawab terhadap barang yang diproduksi, dan juga konsumen kurang kritis dalam memilih produk makanan yang dikonsumsi. Semua ini akan mempengaruhi standar keamanan serta kualitas produk yang diproduksi dan diperjualbelikan.

---

<sup>16</sup> Sunita Almatsier, *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*, 2009, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hal. 286

Terkait dengan sistem peredaran produk makanan di Indonesia, terdapat beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan, seperti: Sertifikasi Halal, mengingat mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam, sehingga wajib mengkonsumsi makanan yang sudah bersertifikat halal. Begitu juga dengan aturan dari agama Budha yang tidak mengijinkan dikonsumsi olahan sapi pada produk makanan. Oleh karena itu sangat diperlukan adanya informasi tentang kandungan produk makanan serta informasi sertifikasi halal pada kemasan produk makanan sebelum didistribusikan ke masyarakat.

Produsen dan media perantara pendistribusi produk bertanggungjawab terpenuhinya standar jaminan makanan sesuai dengan yang diatur dalam UU Pangan.<sup>17</sup> Ditinjau dari pandangan ilmu gizi, perubahan perilaku tersebut menciptakan peluang terjadinya masalah gizi lebih, obesitas, dan penyakit degeneratif.<sup>18</sup> Makanan olahan yang didalamnya terkandung kalori dan lemak tinggi menyebabkan gizi lebih yang mengarah ke obesitas.<sup>19</sup>

Makanan siap saji adalah jenis makanan yang dikemas, penyajian yang sangat mudah dan praktis, serta pengolahannya dengan cara sederhana, Makanan ini biasanya diproduksi oleh pengolahan pangan dengan teknologi dan memberikan berbagai zat adiktif untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa terhadap produk tersebut. Makanan cepat saji yang sering kita temui beberapa diantaranya, pizza, ayam goreng, makanan berkemasan, mie instan, nugget, *corn flakes* dan koko krunch sebagai menu makanan untuk sarapan. Kandungan zat adiktif yang terdapat

---

<sup>17</sup> Pasal 41 UU No.18 Tahun 2012 Tentang Pangan

<sup>18</sup> Baliawati, Y.F, *Pengantar Pangan dan Gizi*, 2004, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Swadaya dan Mardatillah, *Hubungan Kebiasaan Konsumsi Makanan Siap Saji Modern (Fast Food), Aktifitas Fisik dan Faktro lainnya menjadi Gizi Lebih pada Remaja SMA Islam PB Soedirman di Jakarta Timur*, 2008, Jurnal Penelitian, hal. 1-2

<sup>19</sup> Martianto dan Ariani, 2004

dalam makanan bertujuan untuk meningkatkan kualitas, penambah rasa dan penyegaran produk tersebut.

Pola konsumsi masyarakat beragam, salah satu diantaranya adalah konsep makanan cepat saji (*fast food*) yang banyak ditawarkan oleh pengusaha/pemilik rumah makan (*restaurant*) dengan cara menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat. Lazimnya rumah makan menyediakan makanan cepat saji berupa burger, pizza, ayam goreng, makanan padang, dan aneka minuman. Usaha ini semakin berkembang di Indonesia karena keberadaannya yang semakin marak. Dalam menghadapi situasi persaingan bisnis, para pelaku usaha diharuskan mempunyai strategi bisnis yang handal dalam mempertahankan produk makanannya.

Dengan begitu, perlunya pemahaman konsumen akan kandungan makanan yang dikonsumsi. Salah satu caranya adalah melihat label yang terdapat pada kemasan produk makanan. Peran label produk makanan sangat penting, dimana akan memudahkan konsumen dalam memilih produk yang dikonsumsi. Label juga berperan sebagai nilai tambah suatu produk, sarana Pendidikan masyarakat<sup>20</sup>, dan sarana pemasaran.

Membaca label pada makanan adalah salah satu dari 14 (empat belas) Pesan Umum Gizi Seimbang (PUGS). Peraturan perundang-undangan menetapkan bahwa setiap makanan yang dikemas harus memiliki label yang memuat keterangan tentang, isi, jenis, bahan yang digunakan, tanggal kadaluarsaa, komposisi zat gizi dalam bentuk angka sebagai persen Angka Kecukupan Gizi yang dianjurkan (AKG)

---

<sup>20</sup> Vania Chandra Devi, dkk, *Praktek Pemilihan Makanan Kemasan Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Tentang Label Produk Makanan Kemasan, Jenis Kelamin, dan Usia Konsumen di Pasar Swalayan ADA Setiabudi Semarang*, Semarang, Jurnal Gizi Universitas Muhammadiyah Semarang, Vol 2 No.2 , September 2016, Semarang

dalam tiap penyajiannya serta keterangan lainnya yang dianggap penting untuk diketahui konsumen seperti sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Majelis Umum Indonesia (MUI). Dengan begitu, masyarakat memahami dan mengetahui kandungan gizi dan kelayakan produk makanan tersebut.<sup>21</sup>

Dalam penelitian Amanda Putri Sukamto menemukan bahwa rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha tentang Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Rendahnya pemahaman pelaku usaha tidak hanya tertuang dalam hukum tertulis/undang-undang, termasuk norma dan etika dalam praktek bisnis. Kepatuhan hukum pelaku usaha produk makanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen bersifat heteronomous, karena masih ada pelaku usaha yang tidak mematuhi aturan hukum yang berlaku dengan alasan rasa takut (*authority oriented*), hanya mengikuti pelaku usaha lainnya (*autonomous*). Sedangkan pada Pasal 1 ayat (1) jelas dinyatakan bahwa segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum akan memberikan perlindungan kepada konsumen.

Keberadaan aneka jenis makanan cepat saji dalam industri makanan juga melahirkan beragam merek-merek terkenal dan memperoleh keuntungan atas penggunaan merek tersebut. Hal ini menjadi strategi baru bagi banyak produsen dalam menjual barang dagangannya dengan cara mengkombinasikan barang-barang merek terkenal yang asli dengan yang tiruan, dengan membuat kemiripan dengan yang asli. Banyak alasan industri makanan menggunakan merek-merek terkenal dalam produk makanan, diantaranya memudahkan penjualan, mempermudah pengurusan nomor pendaftaran ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI). Sehingga produsen tidak perlu repot membangun citra

---

<sup>21</sup> Almatsier, Sunita, 2011, *Gizi Seimbang Dalam Daur Kehidupan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

produknya (*brand image*) dan melakukan riset atau pengembangan guna mendapatkan produk yang *up to date*, karena sudah meniru produk dengan merek terkenal.

Merek dagang, hak cipta, desain industri, hak paten merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI). Hak Kekayaan Intelektual berkaitan dengan kreativitas manusia dan daya cipta manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, dan mengembangkan inovasi teknologi ataupun meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Hak Kekayaan Intelektual adalah terjemahan dari *Intellectual Property Rights (IPR)* yang berarti hak yang ditimbulkan dari hasil olah pikir atau proses yang berguna kembali untuk manusia.<sup>22</sup>

Hasil karya intelektual manusia berupa ilmu pengetahuan, seni, sastra, dan teknologi yang lahir melalui sebuah pengorbanan dan memiliki nilai. Hak Kekayaan intelektual juga merupakan hak untuk menikmati hasil dari produk intelektual dengan secara ekonomis. Sehingga menumbuhkan konsepsi kekayaan (*property*) terhadap karya-karya intelektual yang diciptakan.<sup>23</sup>

Menurut Sri Redjeki Hartono Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu hak khusus dan istimewa yang diberikan oleh negara berdasarkan ketentuan Undang-undang yang diberikan kepada yang berhak sesuai dengan prosedur dan memenuhi persyaratan<sup>24</sup>

Peranan hukum Hak Kekayaan Intelektual memiliki peranan penting dalam perkembangan dunia perdagangan nasional dan internasional serta menjaga

---

<sup>22</sup> Klinik Kosultasi HKI, *Panduan pengenalan HKI: Hak Kekayaan Intelektual*, Tangerang, Konsultasi HKI, 2017, hal. 1

<sup>23</sup> *Ibid.*, hal. 2

<sup>24</sup> Sri Redjeki Hartono, *Aspek Hukum Perdata Perlindungan Hak Milik Intelektual*, Semarang, Pascasarjana Program Studi Ilmu Hukum UNDIP, 1993, hal. 2

persaingan usaha yang sehat agar tidak terjadinya peniruan, pembajakan maupun penyalahgunaan penggunaan hak atas merek.

Organisasi internasional sudah mengakui adanya perlindungan HKI. Hal ini dilihat, adanya persetujuan salah satu dokumen penting dari Putaran Akhir Uruguay (*The Uruguay Final Round*) dalam rangka pendirian World Trade Organization (WTO) yaitu dokumen *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs)<sup>25</sup>.

Selain TRIPs, WTO juga membuat konvensi-konvensi internasional yang mengatur mengenai Hak Kekayaan Intelektual yaitu *Paris Convention 1883*, *Berne Convention 1886*, *Universal Copyright Convention* (UCC), *Convention Establishing The World Intellectual Property Right* (WIPO), dan *Patent Cooperation Treaty* (PCT).<sup>26</sup>

Indonesia bergabung menjadi anggota internasional, yaitu Paris Convention yang kemudian diratifikasi menjadi Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 dan juga telah menandatangani TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*) yang telah diratifikasi menjadi Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 1997. Dengan begitu, Indonesia wajib menyesuaikan undang-undang yang ada dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian internasional.<sup>27</sup>

Istilah merek pertama sekali dikenal pada masa penjajahan Belanda di Indonesia yang diatur dalam *Reglemen Industriele Eigendom* Tahun 1912 yang

---

<sup>25</sup> Suyud Margono dan Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual (Aspek Hukum Biasa)*, Jakarta, Penerbit PT Gramedia Widayarsana Indonesia, 2000, hal. 3

<sup>26</sup> Ni Ketut Supasti Dharmawan, et.al, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta, Deepublish, 2017, hal. 14-15

<sup>27</sup> Yuslisar Ningsih, *Perlindungan Penegakan Hukum Merek di Indonesia menurut Undang-Undang Nomo 15 Tahun 2001 tentang Merek*, Makalah yang disampaikan pada Penataran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Mataran, hal. 26

terdapat dalam Staatblat 1912 jo. Staatblat 1913 Nomor 214. Kemudian pada tanggal 11 Oktober 1961 diganti menjadi Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (UU Merek 1961).<sup>28</sup> Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979, Indonesia meratifikasi Konvensi Paris (*Paris Convention for The Protection of Industrial Property (Stockholm Revision 1967)*) pada tanggal 10 Mei 1979. Kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. pada tahun 2001 mengalami perubahan menjadi Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001. Dan perubahan yang terkini adalah Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Merek merupakan sebuah tanda yang diberikan produsen terhadap barang dan/atau jasa untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat. Kegunaan dari sebuah merek adalah untuk memudahkan konsumen dalam mengenali suatu produk, mengingat banyaknya produk barang dan/atau jasa yang menyebabkan masyarakat sulit mengenali dan menjelaskan tentang produk yang di konsumsinya kepada orang lain.

Misalkan, merek sereal *Frosted Flakes Kellogg's*. Merek Kellogg's adalah salah satu merek dagang yang Namanya mempresentasikan korporasi, dan *Frosted Flakes* adalah merek yang ditandai dengan unsur kata, frasa, huruf, angka, atau kombinasi. Produsen mengembangkan bagian merek tambahan, yang disebut sebagai karakter *merchandising* atau karakter perdagangan. Karakter dagang bisa

---

<sup>28</sup> <https://dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki>, diakses pada 23 September 2020 pukul 19.05 WIB

berwujud gambar seseorang, binatang atau koleksi lain yang digunakan untuk memperkenalkan nama korporasi, merek, atau produk produk yang diperjualbelikan.<sup>29</sup> Penggunaan karakter seperti itu bersifat eksklusif. Kesadaran akan loyalitas memberikan hubungan dekat dengan konsumen,

Di era perdagangan global, teknologi mengalami kemajuan sehingga dapat meningkatkan perekonomian. Kemajuan ini dapat memperluas ruang gerak transaksi barang dan jasa dengan beragam varians, baik barang dan jasa produksi dalam negeri maupun luar negeri. Sejauh ini, merek barang dan jasa menjadi merek terkenal memerlukan kreativitas, biaya, tenaga yang dihabiskan guna menarik konsumen untuk membeli. Dalam membangun merek terkenal sangatlah sulit, maka dari itu merek terkenal menjadi asset perusahaan yang bernilai tinggi.

Dalam prakteknya banyak ditemui kasus pelanggaran merek terkenal dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam waktu singkat dengan cara memalsukan atau meniru merek terkenal tersebut. Di Indonesia khususnya sudah banyak ditemukan barang-barang palsu. Pemalsuan merek atas barang dan harga barang sudah menjadi hal yang lazim dipasaran, contohnya kehebohan atas beredarnya beras plastik dari China yang terjadi di Indonesia beberapa tahun silam,<sup>30</sup> kasus produsen sepatu Aerosol Internasional Inc dengan produsen local PT. Matahari Duta Prima, dan juga pada produk makanan adanya kasus Domino's IP Holder LLC dengan produsen lokal Domino milik Endy Sitio.

---

<sup>29</sup> Zoom. L, 2018, *Class and classification*, [www.legalzoom.com/knowledge/trademark/glossary/trademark-class-classification](http://www.legalzoom.com/knowledge/trademark/glossary/trademark-class-classification), diakses pada 1 Oktober 2020

<sup>30</sup> Lihat, Isu Okastik Beras Organik Kini diburu Warga, Liputan 6, 30 Mei 2015, <http://tv.liputan6.com/read/2242573/isu-plastik-beras-organik-kini-diburu-warga>, diakses tanggal 20 Oktober 2020

Pembuatan merek menjadi sangat marak, terlebih penggunaan merek-merek terkenal secara khususnya untuk produk makanan yang sudah mendaftarkan merek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Ketatnya persaingan dagang menimbulkan adanya dorongan orang lain melakukan perdagangan dengan jalan pintas (*free riding*) terhadap merek yang telah terdaftar dan terkenal. Pembuatan *free riding* adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk membuat, meniru dan menyamai suatu merek barang dan jasa agar dapat ikut menjadi terkenal.

Merek terkenal memiliki popularitas karena semua orang percaya bahwa merek tersebut merupakan merek yang terbaik dan akan memilih untuk membelinya. Pelaku usaha telah membangun karakter terhadap produknya sehingga dapat membentuk reputasi bisnis atas penggunaan merek tersebut.<sup>31</sup> Sebuah merek dapat disebut merek apabila memenuhi syarat mutlak yaitu berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut memiliki kekuatan membedakan barang atau jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau “*individualishing*” pada barang atau jasa yang bersangkutan.<sup>32</sup>

Merek sangat diperlukan, bagi produsen, pedagang, dan konsumen. Konsumen memerlukan merek untuk melihat suatu barang atau jasa, dari sisi produsen menjadikan merek sebagai sarana promosi barang dagangannya (*mean of trade promotion*) dalam mencari dan memperluas pangsa pasar, dan juga dapat

---

<sup>31</sup> Suyud Margono dan Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002, hal 147.

<sup>32</sup> Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hal 156

menjadi suatu pilihan terhadap barang yang akan dibeli oleh konsumen. Persyaratan daya pembeda (*distinctiveness*) merupakan persyaratan materiil agar suatu tanda dapat dilindungi sebagai suatu merek.

Merek tercantum pada kemasan barang tersebut atau secara tertentu dicantumkan hal yang berkaitan dengan jasa merek tersebut. Hal ini sejalan dengan pernyataan Insan Budi Maulana yang beranggapan bahwa merek dianggap sebagai “roh” bagi suatu produk barang atau jasa<sup>33</sup>.

Kesadaran terhadap loyalitas merek dipercaya memberikan kedekatan hubungan dengan konsumen karna dianggap mempengaruhi pilihan mereka tanpa adanya keraguan dari dalam diri mereka. Sikap keraguan konsumen bergantung pada kualitas produk yang diharapkan. Sikap loyalitas bisa dilihat dari reaksi konsumen. Menurut Mowen Minor (2002: 108), mengatakan loyalitas merek adalah sikap pelanggan atau pembeli yang selalu mencari, membeli, dan loyalitas merek membawa manfaat penjualan dalam mengurangi biaya pemasaran, menarik lebih banyak pelanggan baru, dan membaa pengaruh keuangan menjadi lebih baik.<sup>34</sup>

Merek berperan penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut dengan UU Merek). Dengan adanya peraturan mengenai merek yang dituangkan dalam suatu peraturan perundang-undangan dapat menyatukan persepsi dalam pelaksanaannya. Dalam UU Merek Pasal 1 Angka 1 mendefenisikan Merek adalah tanda yang dapat

---

<sup>33</sup> Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Bandung, Cita Aditya Bakti, 1997, hal. 60

<sup>34</sup> Landasan Teori, Dasar Teoritis, 1-5, Diperoleh dari <http://ejournal.uajy.ac.id/985/3/2EM17275.pdf>, yang diakses pada 5 Oktober 2020 pukul 23.00 WIB

ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, tau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang di produksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. keberadaan peraturan perundang-undangan mengenai merek.

Indonesia memberikan perlindungan terhadap merek terdaftar yang pendaftarannya dilandasi itikad baik (*te goede trouw* atau *good faith*). Pendaftaran suatu merek adalah sebuah upaya yang dilakukan pemilik merek dalam melindungi merek dagangannya dari pihak lain yang ingin meniru atau menyamai merek tersebut. Pemilik merek menjadikan pendaftaran merek sebagai suatu strategi dalam mengembangkan produknya di masyarakat, dimana suatu merek memiliki suatu kedudukan karena adanya pengaruh baik atau tidaknya mutu barang tersebut. Merek yang selalu dicari konsumen adalah merek yang memiliki kualitas baik dan dapat digunakan akan mempengaruhi pasar.<sup>35</sup>

Setelah Konvensi Paris diratifikasi, pelaksanaan pendaftaran merek di Indonesia memiliki sistem pendaftaran konstitutif dengan menganut prinsip *first to file*. Dengan prinsip ini, setiap orang yang memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran atas merek.<sup>36</sup> Sistem konstitutif adalah sebuah sistem pendaftaran yang akan menimbulkan hak selaku pemilik pertama atas merek.<sup>37</sup> Penyalahgunaan prinsip *first to file* oleh pihak yang ingin mendapatkan keuntungan dari suatu merek yang sudah populer adalah perbuatan itikad tidak baik (*bad faith*)

---

<sup>35</sup> Sudaryat, *Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, Koase Media, 2010, hal. 32

<sup>36</sup> Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2004, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persaada, hal. 85

<sup>37</sup> Ni Ketut Supasti Dharmawan, *Op.Cit.*, hal. 58

karena berpotensi mengganggu tatanan sosial khususnya di bidang ekonomi, perdagangan yang merugikan kepentingan orang lain dan juga mengganggu iklim persaingan usaha yang sehat yang sudah ada.<sup>38</sup>

Setiap merek menunjukkan reputasi (*goodwill*) dengan nilai moral, material, dan komersial. Reputasi adalah hak milik yang melekat pada merek yang dipandang sebagai kunci sukses atau tidaknya suatu usaha/bisnis, dimana para pengusaha berupaya untuk memupuk dan menjaga reputasi dan kualitas produk serta memberikan pelayanan yang terbaik.

Dalam dunia perdagangan kerap terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Pelanggaran terjadi karena adanya pihak yang tidak berhak menggunakan merek terdaftar milik orang lain. Beberapa faktor penyebab terjadinya pelanggaran merek di Indonesia yaitu:

- a. Penerapan UU HKI yang masih lemah di Indonesia.
- b. Pengawasan dan pelaksanaan aturan yang masih lemah
- c. Masyarakat lebih memilih membeli barang bermerek dengan harga murah disebabkan oleh kondisi perekonomian yang belum mencukupi.
- d. Rendahnya daya beli masyarakat terhadap barang original.
- e. Kurang mempedulikan kualitas suatu produk
- f. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek

Penggunaan merek yang telah terdaftar yang telah melawan hukum disebut dengan istilah *passing off*. *Passing off* adalah persaingan curang dengan melakukan

---

<sup>38</sup> Mukti Fajar ND, Yati Nurhayati, dan Ifrani, 2018, *Itikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia*, UMY, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum No. 2 Vol. 25 Mei, hal 229

cara memproduksi suatu barang yang menggunakan bentuk, tampilan, atau desain tertentu dan tidak terdaftar sebagai merek. Hal ini menimbulkan kerugian bagi pemiliki merek yang sesungguhnya seperti menurunnya omset penjualan, reputasi perusahaan menjadi tidak baik, dan adanya tuntutan konsumen karena merasa tertipu dengan kualitas produk yang tidak sama dengan merek aslinya. Perlindungan hukum terhadap merek sangat diperlukan agar tidak terjadinya pelanggaran merek.

Contoh kasus Produk Wafer dan Permen Camilio yang memiliki desain dan komposisi warna yang mirip dengan Merek Milo (susu coklat yang diproduksi PT. Nestle, dimana Camilo telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Camilo terbukti melakukan pelanggaran merek karena memproduksi barang yang tidak sama dengan produk susu coklat Milo tetapi menggunakan desain dan komposisi yang sama.

Sistem pendaftaran di Indonesia menganut sistem konstitutif sebagaimana tertuang dalam pasal 3 yang menyatakan bahwa Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya, artinya bagi orang yang mendaftarkan mereknya mendapat suatu kepastian hukum bahwa dialah yang berhak atas merek. Sebaliknya bagi pihak lain yang mencoba akan mempergunakan merek yang sama atas barang atau jasa lainnya yang sejenis, oleh Kantor Merek akan ditolak pendaftarannya. Pendaftaran merek harus memenuhi persyaratan materiil dan formil.

Pendaftaran dengan itikad baik adalah sebuah bentuk tanggung jawab atas pendaftaran merek bagi si pemilik merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek pihak lain bagi produk mereka yang dapat mempengaruhi persaingan bisnis yang tidak adil, atau tidak melindungi konsumen

Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat khususnya dalam hal ini kepada pemilik merek. Contoh berapa kasus menarik yang terkait dengan perselisihan merek adalah Sengketa Merek Lexus dari Toyota Motor Corporation, yang berdiri pada tahun 1937 dengan ProLexus yang merupakan bisnis local merek Lexus dari Toyota Corporation sebelumnya juga pernah bersengketa di pengadilan. Dalam kasus ini Lexus sebagai penggugat yang menuntut agar pendaftaran merek ProLexus dicabut karena sudah bertindak dengan itikad tidak baik, sebab telah menggunakan nama ProLexus dengan tujuan menumpang nama yang ada pada Lexus Toyota Motor Corporation yang sudah ada dipasaran sejak tahun 1989. Hal ini menyebabkan kesalahpahaman di masyarakat karena menganggap adanya hubungan keterikatan bisnis antara Lexus dengan ProLexus.<sup>39</sup>

Pelanggaran merek terkenal dilakukan sebagai jalan pintas perusahaan atau orang-orang yang beritikad tidak baik dengan memakai merek-merek terkenal itu untuk produk yang dihasilkan dengan maksud memperoleh keuntungan finansial yang besar. itu melanggar prinsip-prinsip perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Merek adalah salah satunya yang menekankan pada pentingnya perlindungan suatu hak yang dapat dieksploitasi secara ekonomis.

---

<sup>39</sup> Avid Ativiyanti Meikasari, 2016, *Analisis Yuridis terhadap Sengketa Merek Lameson, Flameson terkait Merek yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya untuk Barang Sejenis*, Skripsi, Semarang, hal 70-83

Perlindungan merek adalah sebagai wujud kewajiban negara dalam menegakkan hukum merek. Perlindungan hukum yang memadai terhadap merek-merek terkenal, yang kebanyakan adalah merek terkenal dari luar negeri muntlak diperlukan, tanpa mengurangi hak pengusaha pribumi yang memiliki merek yang sama dengan merek terkenal tersebut yang menggunakannya dengan itikad baik. Namun demikian untuk menjaga keseimbangan hak dari pemilik merek terkenal dalam dan luar negeri, perlu juga kiranya dirumuskan kriteria merek terkenal “lokal”, yaitu merek terkenal yang berkembang pada suatu daerah atau wilayah tertentu atau merek terkenal yang berada dalam suatu negara. Jika terjadinya pelanggaran merek terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga yang ada di Pengadilan Negeri.

Saat ini, masyarakat lebih bijak dalam memilih produk yang berkualitas, melalui iklan di media cetak dan media elektronik yang diberikan oleh iklan layanan masyarakat. Produsen diharuskan untuk jujur dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen, diantaranya informasi tentang merek dagang, komposisi, alamat produksi, jenis produk, berat bersih, tanggal kadaluarsa, kode produksi, ijin poduk dari dinas kesehatan, sampai himbauan kepada masyarakat bersifat mengajak untuk berbuat baik. Calon konsumen wajib mengenai informasi tersebut. Namun, tidak semua konsumen hanya sekilas melihat dan membaca informasi dari produk tersebut, karena konsumen lebih tertarik melihat harga yang terjangkau dan keunikan yang ada pada produk tersebut.

Tujuan Pemasaran menurut Kotler adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sasaran.<sup>40</sup> Bidang ilmu perilaku konsumen mempelajari konsumen dalam memilih, memakai, membeli, memakai dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen.<sup>41</sup>

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP RISIKO PENYALAHGUNAAN MEREK TERKENAL PRODUK MAKANAN”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum penyalahgunaan merek terkenal terhadap produk makanan dikaitkan dengan perlindungan konsumen?
2. Bagaimana implementasi Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berikut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap perlindungan merek terkenal produk makanan?

---

<sup>40</sup> Kotler, Philip, 2006, *Marketing Management*, 12<sup>th</sup> Ed, NJ: Precentice Hall, inc.

<sup>41</sup> Diana Ambarwati, *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Desain Kemasan, Kualitas Rasa dan merk Dagang pada Produk Makanan dan Minuman Kota Kediri*, JMK, Vol.1 No. 1

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan dan mendeskripsikan perlindungan konsumen terhadap risiko penyalahgunaan merek terkenal produk makanan
2. Untuk menjelaskan dan memaparkan implementasi Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berikut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap perlindungan merek terkenal produk makanan .

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Manfaat penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan kemajuan ilmu hukum di bidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya berkaitan dengan aspek hukum merek terdaftar terhadap produk makanan. Penulisan ini juga dapat digunakan sebagai pembendaharaan koleksi karya ilmiah yang digunakan sebagai referensi oleh pihak-pihak yang terkait.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, manfaat dan masukan pada :

##### **a. Bagi penulis**

Penulis dapat menemukan berbagai permasalahan tentang perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan merek terkenal

terhadap produk makanan serta memberikan penjelasan, wacana dan masukan yang dapat dijadikan sebagai alternatif solusi terhadap kendala-kendala yang dihadapi dalam perlindungan hukum merek atas produk makanan di Indonesia.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan pandangan hukum bagi masyarakat mengenai perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan merek terkenal terhadap produk makanan sehingga dapat menjadi acuan dalam menentukan barang yang akan dikonsumsi bagi masyarakat.

c. Bagi Penegak Hukum

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi motivator bagi penegak hukum di Indonesia, khususnya bagi Hakim untuk menerapkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kasus peniruan merek terdaftar dan terkenal khususnya produk makanan agar tercipta keadilan dan prinsip *national treatment*.

d. Bagi Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi motivator terbentuknya Peraturan Pemerintah (PP) sebagai peraturan pelaksana untuk mengatur persyaratan bagi barang tidak sejenis yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain sebagaimana dituangkan dalam

Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan juga memberi masukan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen atas produk makanan yang menyalahgunakan merek terkenal.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulis menuangkan ide pokok pembahasan dalam penelitian ini ke dalam lima bab, yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang penelitian yang menjadi landasan penelitian ini, Perumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Manfaat Penulisan, dan Sistematika Penulisan

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai tinjauan teoritis yang digunakan dalam Perlindungan Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Merek Terkenal Terhadap Produk Makanan (Studi Kasus Domino's Pizza), diantara berisi mengenai pemahaman dasar, teori yang relevan, substansi hukum, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bab ini juga memaparkan landasan konseptual dari masalah penelitian yang ditulis dalam tesis ini

### **BAB III: METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan dan mendeskripsikan metode penelitian yang digunakan terhadap objek yang diteliti meliputi: Pengertian Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Teknik Pengumpulan Data,

Pendekatan, Analisa Hukum, Hambatan dan Kendala dalam Penelitian

#### **BAB IV: ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai Analisa Hukum terhadap identifikasi masalah mengenai perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan merek terkenal terhadap produk makanan dan implementasi dari Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi Merek Produk Makanan yang terdaftar dan terkenal atas pelanggaran merek terdaftar.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan secara garis besar terhadap rumusan masalah yang akan diteliti dan saran berupa rekomendasi kepada pihak yang terkait sebagai bahan pertimbangan perbaikan dan penyempurnaan hukum di Indonesia.

