

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara hukum sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.¹ Negara hukum yaitu negara berdasarkan atas hukum dan keadilan bagi warganya. Segala kewenangan dan tindakan alat-alat perlengkapan negara diatur oleh hukum. Hal yang demikian akan mencerminkan keadilan bagi pergaulan hidup warganya.²

Negara hukum dalam arti luas memberikan pengertian bahwa negara hukum bertujuan untuk mewujudkan negara kesejahteraan atau *welfare state*. Dalam pengertian tersebut negara tidak menjaga keamanan semata, tetapi secara aktif pula turut serta dalam urusan kemasyarakatan demi kesejahteraan rakyat. *Welfare state* atau negara kesejahteraan merupakan peralihan dari negara yang membatasi peran negara dan pemerintah untuk intervensi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat menjadi negara yang terlibat aktif dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat.³

Dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 dinyatakan bahwa Pemerintah Negara Indonesia memiliki tugas

¹ Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

² Abdul Aziz hakim, *Negara Hukum dan Demokrasi*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011), hal.8.

³ Ridwan HR, *Hukum Administrasi*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2011), hal.15.

untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Frasa dari memajukan kesejahteraan umum tersebut memiliki konsekuensi untuk menuntut negara memperluas tanggung jawabnya kepada masalah-masalah sosial ekonomi yang dihadapi.⁴

Pada dasarnya, tujuan ekonomi adalah memenuhi kebutuhan manusia sehingga manusia dapat hidup sejahtera. Tujuan pembangunan ekonomi adalah meningkatkan efisiensi sumber daya ekonomi dalam rangka mewujudkan kesejahteraan rakyat.⁵ Pembangunan ekonomi pun harus berlandaskan pada Pasal 33 UUD 1945.

Kegiatan utama dalam menggerakkan roda perekonomian negara adalah melalui aktivitas perdagangan. Hubungan dari keduanya tersebut tidak bisa dipisahkan. Perdagangan tidak hanya mendukung kelancaran dari arus dan jasa namun memenuhi pula kebutuhan pokok bagi rakyatnya. Oleh karena itu, perdagangan bebas lintas negara telah mendorong persaingan yang semakin ketat dan membuat berbagai negara menyadari bahwa inovasi dan kreativitas sangat berpengaruh dalam dunia pelaku usaha. Kreativitas manusia yang muncul sebagai aset intelektual telah lama memberi pengaruh signifikan terhadap peradaban manusia antara lain melalui penemuan-penemuan dan hasil-hasil di bidang karya cipta dan

⁴ Muntoha, *Negara Hukum Indonesia Pasca Perubahan UUD 1945*,(Yogyakarta:Kaukaba Dipantara,2013),hal.7.

⁵ Bappenas,"*Pokok-Pokok Penyelenggaraan Pembangunan Nasional*",
https://bappenas.go.id/files/3413/4986/1934/info_20091015133401_2370_0.pdf, diakses pada tanggal 16 September 2020 pukul 20.10 WIB.

seni. Semakin berkembang kreatifitas seseorang maka semakin berkembang juga peradaban.⁶

Bertolak ukur dari pemahaman tersebut, maka muncul sebuah bentuk penghargaan khusus terhadap karya intelektual manusia dan hak yang muncul dari karya itu yaitu konsep Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang mulai berkembang. Munculnya Hak Kekayaan Intelektual merangsang peningkatan karya intelektual serta penelitian dan pengembangan yang mampu menghasilkan teknik dan teknologi baru.⁷ Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayat umum dalam berbagai bentuk, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga memiliki nilai ekonomi.⁸

Hak Kekayaan Intelektual timbul dan lahir karena kemampuan intelektual manusia. Untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan individu maupun masyarakat, sistem Hak Kekayaan Intelektual harus memiliki prinsip-prinsip yang salah satunya adalah prinsip keadilan (*the principle of natural justice*).⁹ Hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak atau hasil kerja rasio, hasil kerja itu dirumuskan sebagai

⁶ Achmad Gusman Catur Siswandi, *Perlindungan Hukum Terhadap Asset Pengetahuan Tradisional*, Jurnal Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif di Sulawesi Utara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Lex Privatum, Vol.IV/No.2/April/2018, hal.1.

⁷ Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*, (Tangerang: Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual-Asian Pacific Economic Cooperation, 2003),hal.2.

⁸ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Edisi Ke-3,(Bandung:Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 21-22.

⁹ Henry Soelistyo Budi dan Suyud Margono, *Bunga Rampai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)*, (Jakarta:Perhimpunan Masyarakat HAKI Indonesia,2001),hal.38.

intelektual, sehingga ketika sesuatu tercipta berdasarkan hasil kerja otak maka dirumuskan sebagai Hak Kekayaan Intelektual.¹⁰

Dalam perkembangannya, muncul berbagai macam Hak Kekayaan Intelektual yang sebelumnya masih belum diakui atau diakui sebagai bagian dari pada Hak Kekayaan Intelektual. Dalam Persetujuan Umum tentang Tarif dan Perdagangan (*General Agreement on Tariff and trade – GATT*) sebagai bagian daripada pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*WTO – World Trade Organization*) telah disepakati pula norma-norma dan standar perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang meliputi hak Merek dan hak-hak lain yang terkait (*Trademark and Related Rights*), yaitu :¹¹

- 1) Merek (*Trademark, Service Marks and Trade Names*);
- 2) Indikasi Geografis (*Geographical Indications*);
- 3) Desain Produk Industri (*Industrial Design*);
- 4) Paten (*Patents*) termasuk perlindungan varitas tanaman;
- 5) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Lay Out Designs Topographics of Integrated Circuits*);
- 6) Perlindungan terhadap Informasi yang dirahasiakan (*Protection of Undisclosed Information*);

¹⁰ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 9.

¹¹ Sudargo Gautama, *Hak Milik Intelektual dan Perjanjian Internasional, TRIPs, GATT, Putaran Uruguay (1994)*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001), hal. 17.

7) Pengendalian praktik-praktik persaingan curang dalam perjanjian lisensi (*Control of Anti Competitive Practices in Contractual Licences*).

Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang diatur dalam Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016, yaitu:

“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”.¹²

Dalam era perdagangan bebas, merek merupakan dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai *goodwill*, lambang, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan yang besar. Merek merupakan suatu penawaran dengan sumber yang telah diketahui.¹³ Merek dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu atau sekumpulan penjual dan untuk mengidiferensiasikan mereka dari para pesaingnya.¹⁴ Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain

¹² Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹³ Rahayu Lestari, “Pengaruh Persepsi Harga, Produk, dan Citra Merek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada minat beli ulang produk Mie Instan Sedaap”, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol 41, Nomor 63, Juli 2019, hal.8.

¹⁴ *Ibid.*

sehubungan dengan baik kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain yang melekat pada merek.¹⁵

Merek (*trademark*) sebagai Hak Kekayaan Intelektual pada dasarnya adalah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Melalui merek tersebut, pengusaha dapat memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) maupun menjaga barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan yang tidak jujur dari pengusaha lain.¹⁶

Merek dapat dibedakan atas dua jenis, yaitu merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.¹⁷ Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.¹⁸

Hak ekonomi dan hak moral tidak bisa dipisahkan dari Hak Kekayaan Intelektual. Hak moral adalah hak agar ciptaan tidak diubah atau dirusak tanpa persetujuan dan hak untuk diakui sebagai pencipta ciptaan tersebut,¹⁹

¹⁵ Julius Rizaldi, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, (Bandung:PT Alumni,2009), hal. 2.

¹⁶ Rahmi Janed, *Hukum Merek*, (Jakarta:Prenadamedia Group,2015),hal.3.

¹⁷ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁸ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁹ Haris Munandar dan Sally Sitanggang,*Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya*,(Jakarta: Erlangga,2008), hal.51.

Menurut Pasal 1 angka 5 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang

Hak Merek dan Indikasi Geografis, Hak atas Merek adalah:

“Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”

Definisi Pasal 1 angka 5 tersebut diatas mencakup lisensi hak ekonomi dan hak moral. Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang sangat penting. Oleh karena itu merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan berbadan hukum yang dapat menghasilkan kekayaan besar. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka terhadap merek tersebut dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai obyeknya terkait hak – hak perseorangan atau badan hukum.²⁰

Pemilik merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya setelah melakukan pendaftaran. Pendaftaran adalah bentuk perlindungan hukum yang menimbulkan kepastian hukum, oleh karena itu hak merek hanya dapat diakui dan dilindungi oleh undang-undang apabila didaftarkan. Perlindungan hukum merek yang diberikan baik kepada merek asing atau

²⁰ Julius Rizaldi, *Op.Cit*, hal.3.

merek lokal, terkenal atau tidak terkenal hanya diberikan kepada merek terdaftar.²¹

Untuk memenuhi persyaratan pendaftaran, merek harus memiliki daya pembeda yang cukup, artinya memiliki kekuatan untuk membedakan antara merek yang dimiliki dengan merek milik pihak lain yang kelas barangnya sama atau sejenis. Agar memiliki daya pembeda, merek harus dapat memberikan penentuan pada barang atau jasa yang bersangkutan. Oleh karena itu, merek yang tidak memiliki daya pembeda tidak dapat didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan secara otomatis tidak akan mendapatkan perlindungan hukum.²² Perlunya perlindungan hukum terhadap merek karena memiliki nilai ekonomi atas suatu barang dan jasa yang menunjukkan kualitas barang dan jasa tertentu dalam perdagangan dengan membedakan nilai atau kualitas dengan barang dan jasa sejenis milik orang lain.²³

Pendaftaran merek juga dapat ditolak sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menjelaskan bahwa pendaftaran merek dapat ditolak apabila mengandung persamaan pokok atau keseluruhan dengan merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang sejenis,

²¹ Andre Asmara, dkk, *Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First to File pada pembatalan merek Cap Mawar (Putusan MARI Nomor 512 K/Pdt.sus-HKI/2016)*, Vol.3(2) Agustus 2019, hal.188.

²² Budi Agus Riswandi dan Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) hal. 83.

²³ H.D.Effendy Hasibuan, *Perlindungan Merek: Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat* (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003), hal.318.

dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang sejenis, dan juga dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.

Penjelasan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai persamaan pada pokok adalah merupakan kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.²⁴

Merek yang sudah menjadi merek terkenal dapat menimbulkan suatu permasalahan hukum, seperti munculnya para kompetitor yang beriktikad tidak baik (*bad faith*) untuk melakukan peniruan atau bahkan pembajakan atas suatu merek terkenal. Itikad tidak baik merupakan suatu sikap yang dengan sengaja melakukan peniruan terhadap merek pihak lain dengan cara melanggar ketentuan dalam undang-undang merek. Selain merugikan konsumen, pelanggaran atas merek juga dapat merugikan para produsen korban peniruan atas merek tersebut. Dengan adanya peniruan ini produsen dirugikan karena secara langsung omzet produksi mereka dikurangi.²⁵

²⁴ Dimas Yogaskara, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Dalam Sengketa Antara Merek Gudang Garam Dengan Merek Gudang Baru Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", Bandung: Fakultas Hukum Universitas Pasundan, 2017, hal. 5.

²⁵ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1993), hal. 150.

Hal inilah yang mendorong kebutuhan akan sebuah perlindungan hukum atas suatu barang atau jasa yang diperdagangkan. Di dalam Undang-Undang Merek dijelaskan bahwa untuk menjadi sebuah merek dan mendapatkan perlindungan hukum syaratnya adalah merek tersebut harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Salah satu hal penting yang dijadikan prinsip dalam pendaftaran merek dengan adanya iktikad baik (*good faith*) dari pendaftar merek tersebut.²⁶

Pemohon yang beriktikad baik (*good faith*) merupakan pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen. Pentingnya pemilik merek beriktikad baik ditetapkan sebagai salah satu syarat pendaftaran merek, tujuannya untuk mencari kepastian hukum mengenai siapa yang sesungguhnya orang yang menjadi pemilik merek. Dalam sistem konstitutif dimaksudkan supaya negara tidak keliru memberikan perlindungan hukum beserta hak atas merek kepada orang yang tidak berhak menerimanya.²⁷

Dalam suatu usaha, tidak ada kegiatan usaha yang dilakukan oleh sesama manusia yang tidak memunculkan persaingan karena tentunya pelaku usaha memerlukan konsumen agar usahanya dapat mendatangkan

²⁶ Amelia Ullfa Husnul Nuvvus, "Pembatalan Merek Pierre Cardin Sebagai Merek Terkenal (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 557 K/Pdt.Sus-Hki/2015)", *Skripsi*, Bandar Lampung: Fakultas Hukum Universitas Lampung, 2017, hal. 4.

²⁷ Gatot Suparmono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 18.

keuntungan. Pada akhirnya para pelaku usaha mencoba cara untuk menarik perhatian konsumen. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diundangkan dalam rangka untuk mengatur persaingan usaha di Indonesia yang secara menyeluruh mengatur perjanjian-perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan posisi dominan yang masuk dalam lingkup dari undang-undang tersebut.²⁸

Tujuan dari pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berdasarkan ketentuan Pasal 3, antara lain:²⁹

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil.
- c. Mencegah praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang timbul oleh pelaku usaha, dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Di dalam Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

²⁸ Hermansyah, *Pokok-pokok persaingan usaha tidak sehat di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hal. 25.

²⁹ Pasal 3 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

disebutkan mengenai tujuan pembentukan Undang-Undang tersebut, antara lain:

“Undang-Undang ini disusun berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang, serta berasaskan kepada demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan tujuan untuk: menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen; menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat, dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang; mencegah praktek-praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha; serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat”

Hubungan antar pelaku usaha di bidang persaingan usaha telah diatur berdasarkan prinsip atau asas yang terdapat dalam hukum. Prinsip-prinsip hukum tersebut menjadi sumber inspirasi dan aspirasi dalam pembentukan hukum harus diperhatikan prinsip-prinsip yang ada, sehingga norma yang dibentuk tidak bertentangan dengan asas-asas hukum yang berlaku. Demikian pula dalam hubungan di bidang persaingan usaha, terdapat prinsip yang harus dianut dan dipatuhi oleh pelaku usaha. Adapun prinsip-prinsip hukum dalam persaingan usaha adalah sebagai berikut.³⁰

1) Prinsip Kebebasan Berkontrak

Prinsip kebebasan berkontrak merupakan prinsip yang telah diterima secara umum dalam dunia hukum yang terkait dengan hubungan hukum antar subjek hukum. Kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan seluas-luasnya yang oleh undang-undang

³⁰ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persangan Usaha*, (Yogyakarta: Aswa Presindo, 2013), hal 23-27.

diberikan kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian, asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Memberikan kebebasan para pihak dalam arti:

- a. Membuat atau tidak membuat suatu perjanjian
- b. Dengan siapapun melakukan perjanjian
- c. Menentukan isi perjanjian dan membuat bentuk perjanjian

2) Prinsip Kepastian Hukum

Salah satu fungsi ditetapkannya norma hukum adalah untuk menjadim adanya kepastian hukum itu sendiri. Gustav Randbruch sebagaimana dikutip Esmi Warrasih, mengemukakan adanya tiga nilai dasar yang ingin dikejar oleh hukum, yakni nilai keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan.³¹ Dengan adanya fungsi kepastian hukum dari norma hukum, maka pengaturan perilaku bagi masyarakat akan lebih terarah, teratur dan sebagai konsekuensi bagi pelanggaran terhadap norma atau peraturan hukum maka ada tindakan yang dapat dikenakan sebagai sanksi bagi si pelanggar.

3) Prinsip Keadilan

Menurut pandangan penganut Teori Etis, hukum itu semata-mata bertujuan untuk menemukan keadilan, isi hukum ditentukan oleh keyakinan yang etis tentang apa yang adil dan tidak adil. Hakikat keadilan menurut penganut teori etis terletak pada penilaian terhadap

³¹ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2012), hal. 45.

suatu perlakuan atau tindakan, yaitu pihak yang memperlakukan dan pihak yang diperlakukan. Kesulitan penerapan hakikat keadilan tersebut terletak pada pemberian batasan tentang isi keadilan, sehingga dalam praktek ada kecenderungan untuk memberikan penilaian terhadap rasa keadilan hanya menurut pihak yang menerima perlakuan saja.³²

4) Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan merupakan pelaksanaan dari prinsip itikad baik, prinsip transaksi jujur dan prinsip keadilan. Keseimbangan dalam hukum dilandasi adanya kenyataan disparitas yang besar dalam masyarakat, oleh karena itu diperlukan suatu sistem pengaturan yang dapat melindungi pihak yang memiliki posisi yang tidak menguntungkan.³³

5) Prinsip Itikad Baik

Prinsip itikad baik yang tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata bahwa suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Prinsip itikad baik merupakan prinsip bahwa para pihak harus melaksanakan substansi dari perjanjian berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari para pihak.³⁴

Pasal 11 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan

³² Galuh Puspaningrum, *Loc.Cit.*

³³ Galuh Puspaningrum, *Loc.Cit.*

³⁴ Galuh Puspaningrum, *Loc.Cit.*

atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Salah satu sengketa yang terjadi terhadap kepemilikan hak atas merek terdaftar yaitu terdapat dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 57/Pdt.Sus-Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst antara Ayam Gepek Benu yang dimiliki oleh seorang artis ternama yaitu Ruben Onsu dan PT. Ayam Gepek Benny Sujono. Hal ini bermula pada saat Ruben Onsu mengajukan gugatan ke pengadilan pada tanggal 22 Agustus 2019 yang dalam gugatan tersebut berisi bahwa Ruben Onsu menyatakan bahwa nama “BENSU” pada ayam gepek milik Benny Sujono tersebut telah menggunakan namanya yang merupakan singkatan dari Ruben Onsu. Ruben Onsu menyatakan bahwa hak merek atas nama BENSU tersebut adalah miliknya karena ia pemilik hak dan pendaftar pertama (*first to file*).

Kasus ini berawal dari Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus yang secara bersama-sama telah berhasil menjalankan usaha bisnis makanan bermaksud untuk mengembangkan usahanya dengan membuka usaha bisnis makanan yang memiliki kesamaan jenis namun berbeda aroma. Ayah dari Yangcent yang bernama Benny Sujono yang biasa juga dipanggil dengan sebutan “BENSU” terinspirasi dengan jenis makanan dengan berbahan dasar ayam gepek menyarankan kepada Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus untuk membuka usaha bisnis makanan jenis ayam gepek. Setelah mempertimbangkan saran dan masukan yang diberikan oleh Benny Sujono yang biasa juga dipanggil “BENSU”,

akhirnya Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus sepakat untuk mendirikan bisnis makanan “AYAM GEPREK”,

Bisnis makanan tersebut telah berbentuk Badan Hukum maka berdasarkan Akta Perseroan Terbatas PT. Ayam Geprek Benny Sujono Nomor 130 tanggal 15 Maret 2017 yang dibuat oleh Netty Maria Machdar, S.H., Notaris di Jakarta, oleh Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus telah didirikan PT. Ayam Geprek Benny Sujono disingkat dengan “Ayam Geprek Benu” yang Anggaran Dasarnya telah mendapat pengesahan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0040249.AH.01.01.Tahun 2017 tanggal 13 Sptember 2017.

Dengan dipakainya nama Benny Sujono yang biasa juga dipanggil “BENSU” sebagai nama dari badan hukum PT. Ayam Geprek Benny Sujono disingkat dengan “Ayam Geprek Benu” adalah sebagai penghargaan kepada ayah dari Yancent yaitu Benny Sujono yang telah banyak memberikan saran dan masukan hingga berdirinya suatu adan hukum dan dibukanya usaha bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang pertama pada tanggal 17 April 2017, yang beralamat di Jalan Pademangan I Gang 5 Momor 2A, Gunung Sahari, Kecamatan Pademangan Timur, Jakarta Utara.

Pada saat Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus sedang sibuk mengurus segala sesuatu keperluan untuk peresmian pembukaan usaha bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU”, seorang teman yang

bernama Evan Jordi Onsu yang juga merupakan adik kandung dari Ruben Onsu seorang artis terkenal menawarkan diri untuk ikut dalam usaha bisnis makanan tersebut sebagai Manager Operasional karena Evan Jordi Onsu adalah teman main Yangcent dan Stefani Livinus. Penawaran untuk menjadi Manager Operasional pun diterima dari Evan Jordi Onsu sehingga terjadilah kerjasama dalam pengelolaan bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU”. Akan tetapi kerjasama tersebut hanya terbatas dalam pengelolaan bisnis makanan dan bukan terhadap pemilikan bisnis makanan apalagi tentang pemilikan merek “I AM GEPREK BENSU”.

Setelah usaha bisnis makanan “I AM GEPREK BENSU” mulai berkembang dengan dibukanya beberapa cabang baru, selanjutnya Evan Jordi Onsu menawarkan agar kakak kandungnya yang merupakan seorang artis terkenal bernama Ruben Onsu dapat dijadikan sebagai duta promosi (*ambassador*) dari usaha bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang kemudian berkembang menjadi merek “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENEERRR” atau disebut juga “I AM GEPREK BENSU” atau “AYAM GEPREK BENSU” dan/ataupun “GEPREK BENSU SEDEP BENER” dan “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENER” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus.

Tertarik dengan penawaran tersebut akhirnya mereka sepakat untuk menjadikan Ruben Onsu sebagai *brand ambassador* yaitu dengan memasang foto diri Ruben Onsu di sejumlah cabang/outlet usaha bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang kemudian berkembang

menjadi merek “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENEERRR” atau disebut juga “I AM GEPREK BENSU” atau “AYAM GEPREK BENSU” dan/ ataupun “GEPREK BENSU SEDEP BENER” dan ”I AM GEPREK BENSU SEDEP BENER” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus yang telah ada pada saat itu, dan sebagai kompensasinya Ruben Onsu telah menerima pembayaran uang pembagian hasil usaha (*Golden Share*) dari Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus.

Pada saat dilaksanakan kesepakatan kerjasama antara Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus dengan Evan Jordi Onsu selaku Manager Operasionalnya yaitu tentang mengelola bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” maupun pada saat terjadinya kesepakatan dipasangnya foto diri Ruben Onsu di sejumlah cabang pertama dari bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang kemudian berkembang menjadi merek “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENEERRR” atau disebut juga “I AM GEPREK BENSU” atau “AYAM GEPREK BENSU” dan/ ataupun “GEPREK BENSU SEDEP BENER” dan ”I AM GEPREK BENSU SEDEP BENER” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus hingga dibayarkannya uang pembagian hasil usaha (*Golden Share*) oleh mereka kepada Ruben Onsu, Ruben Onsu tidak pernah mempermasalahkan tentang kata dan/atau nama “BENSU” dalam merek bisnis makanan “I AM GEPREK BENSU” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus karena Ruben Onsu maupun adik kandungnya Evan Jordi Onsu sangat mengetahui merek bisnis makanan tersebut diambil dari nama badan

hukum PT. Ayam Geprek Benny Sujono yang disingkat dengan “AYAM GEPREK BENSU”. Ruben Onsu juga sangat mengetahui kata “BENSU” dalam merek “I AM GEPREK BENSU” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus adalah diambil dari nama Benny Sujono yang biasa juga dipanggil “BENSU”.

Usaha Ayam Geprek tersebut semakin berkembang karna kerja keras dari Yangcent, Kurniawan Dan Stefani Livinus ditambah lagi cita rasa makanan yang disajikan dalam usaha bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang kemudian berkembang menjadi merek, “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENEERRR” atau disebut juga “I AM GEPREK BENSU” atau “AYAM GEPREK BENSU” dan/ataupun “GEPREK BENSU SEDEP BENER” dan ”I AM GEPREK BENSU SEDEP BENER” lezat dan enak sehingga digemari oleh masyarakat luas, maka dalam waktu yang relatif sangat singkat yaitu pada bulan Mei 2017 bisnis makanan tersebut telah memiliki 10 (sepuluh) cabang dan selanjutnya sekarang telah berdiri lebih dari 40 (empat puluh) cabang yang tersebar luas di seluruh wilayah hukum Indonesia dan bahkan sampai luar negeri.

Seiring perkembangan yang demikian pesatnya dari bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” yang kemudian berkembang menjadi merek “I AM GEPREK BENSU SEDEP BENEERRR” atau disebut juga “I AM GEPREK BENSU” atau “AYAM GEPREK BENSU” dan/ ataupun “GEPREK BENSU SEDEP BENER” dan ”I AM GEPREK BENSU

SEDEP BENER, maka pada bulan pertama Ruben Onsu melalui adiknya yang bernama Evan Jordi Onsu meminta agar 1 (satu) orang karyawannya dapat dipekerjakan dibagian dapur atau sebagai *quality control* dari bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus dan patut diduga dipekerjakannya karyawan Ruben Onsu dibagian dapur atau sebagai *quality control* adalah untuk mengetahui formula ataupun resep dan cara memasak menu makanan dari bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Livinus yang sangat digemari oleh masyarakat luas di Indonesia.

Pada bulan Juli 2019 atau setelah karyawan tersebut dapat memasak menu masakan dari bisnis makanan merek “I AM GEPREK BENSU” milik Yangcent, Kurniawan dan Stefani Linivus, Ruben Onsu menarik kembali karyawannya tersebut dibagian dapur atau sebagai *quality control* dan selanjutnya pada sekitar bulan Agustus 2017 membuka usaha bisnis makanan sejenis dengan merek “GEPREK BENSU” yang baik jenis makanan dan/maupun penataan ataupun dekorasi ruangan serta sistem kerjanya serta susunan kata, nama, susunan warna, gambar dan/ maupun logo merek usahanya adalah sama ataupun meniru, sehingga sama persis dengan usaha bisnis makanan “I AM GEPREK BENSU” milik dari Benny Sujono.

Atas latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PERLINDUNGAN TERHADAP MEREK**

TERDAFTAR BERDASARKAN DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT “

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu dari latar belakang yang sudah penulis jelaskan maka penulis merumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas di dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan perlindungan merek terdaftar terhadap ancaman praktik usaha tidak sehat dihubungkan dengan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
2. Bagaimana pelaksanaan perlindungan terhadap kepemilikan hak merek terdaftar atas nama bensu dalam sengketa antara Ayam Geprek Bensu dan PT. Ayam Geprek Benny Sudjono dihubungkan dengan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan merek terdaftar terhadap ancaman praktik usaha tidak sehat dihubungkan dengan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
2. Untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan terhadap kepemilikan hak merek terdaftar atas nama bensu dalam sengketa antara Ayam Geprek Bensu dan PT. Ayam Geprek Benny Sudjono dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1.4 Manfaat Penulisan

Berdasarkan permasalahan di atas, manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian hukum ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menyumbangkan pemikiran dibidang hukum yang akan mengembangkan disiplin ilmu hukum, khususnya mengenai Hak Kekayaan Intelektual.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini berguna tambahan wawasan berpikir penulis mengenai permasalahan dalam bidang hukum Hak Kekayaan Intelektual khususnya mengenai Hak Merek dalam kaitannya dengan persaingan usaha tidak sehat.

1.5 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini secara sistematis di bagi ke dalam 5 (lima) bab sebagai berikut :

BAB I : Di dalam BAB I yang berjudul PENDAHULUAN, dibahas mengenai hak kekayaan intelektual terkait dengan Hak Merek yang menjadi latar belakang penulis untuk meneliti kasus mengenai adanya persaingan usaha tidak seha terhadap hak merek, perumusan masalah mengenai pengaturan perlindungan merek terdaftar serta pelaksanaan terhadap kepemilikan hak merek terdaftar, tujuan dan manfaat penulis menulis tugas akhir, serta sistematika penulisan tugas akhir ini.

BAB II : Di dalam BAB II yang berjudul TINJAUAN PUSTAKA, diuraikan landasan teori mengenai perkembangan merek di Indonesia, definisi merek, jenis-jenis merek, bentuk merek, sistem pendaftaran merek, syarat-syarat pendaftaran merek, penghapusan merek, Tinjauan umum mengenai persaingan usaha, pendekatan persaingan usaha, sanksi hukum terhadap persaingan usaha, peranan KPPU serta pemeriksaan pelaku usaha terhdap dugaan melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat dan menjelaskan mengenai kerangka konseptual.

BAB III : Di dalam BAB III yang berjudul METODE PENELITIAN, dijelaskan mengenai pengertian penelitian secara umum, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian normatif, sifat analisis yang menggunakan pendekatan penelitian hukum berupa pendekatan undang-undang (*statue approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*), dan penggunaan pendekatan kualitatif untuk mendukung hasil penulisan tugas akhir ini. Selain itu di dalam BAB III juga dijelaskan mengenai hambatan dan penanggulangan hambatan yang dialami penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.

BAB IV : Di dalam BAB IV yang berjudul HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, dibahas hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai bagaimana pengaturan perlindungan merek terdaftar terhadap ancaman praktik usaha tidak sehat, prosedur-prosedur apa saja yang harus dilakukan dalam memberikan perlindungan terhadap hak merek mengenai adanya persamaan nama merek terhadap sebuah perusahaan ayam geprek yang menyebabkan adanya persaingan usaha yang tidak sehat serta mengidentifikasi dan menganalisa bagaimana pelaksanaan terhadap kepemilikan hak merek terdaftar atas nama bensu dalam sengketa antara Ayam Geprek Benu dan PT. Ayam Geprek

Benny Sudjono apakah prosedur kepemilikan merek tersebut sudah sesuai dengan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.dan bagaimana akibatnya terhadap kepemilikan merek tersebut apabila dikaitkan dengan adanya persaingan usaha yang tidak sehat.

BAB V : Di dalam Bab V yang berjudul KESIMPULAN DAN SARAN, dirumuskan pokok-pokok kesimpulan dari seluruh isi tugas akhir dan saran yang relevan.

