

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang begitu luas dan penuh dengan keanekaragamannya yang diciptakan dari pemikiran masyarakat dengan kemampuannya masing-masing. Dengan menggunakan imajinasi, pikiran, kecekatan, keterampilan, dan keahlian yang dituangkan dalam bentuk nyata. Setiap orang yang membuat karya disebut sebagai pencipta. Pencipta disini berupa seni, sastra, dan lain-lain. Pastinya karya yang diciptakan memerlukan perlindungan hukum agar tidak timbulnya kecurangan. Diperlukannya perlindungan hukum karena teknologi di dunia sudah berkembang sangat pesat dan rentan terhadap peniruan barang.¹

Menurut konvensi *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang berasal dari intelektual seseorang yang bersangkutan dengan karya sastra, karya seni, dan hasil karya, penemuan ilmiah, desain industri, merek dagang, dan merek jasa, Perlindungan terhadap persaingan tidak sehat, dan seluruh hak lain dari aktivitas intelektual yang berhubungan dengan industri, karya ilmiah, karya sastra, dan bidang-bidang lainnya.

¹ M.Abdul Aziz, “Perlindungan Hukum Bagi Pengarang Terhadap Hak Cipta dan Sanksi Bagi Pelanggaran Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang hak Cipta”, (Skripsi, Palembang: Fakultas Hukum Iniversitas Muhammadiyah Palembang, 2016), hal2.

Berikut ini beberapa pengertian Hak Kekayaan Intelektual menurut para ahli:

1. Harsono Adisumarto, mengartikan istilah “*properti*” yaitu kepemilikan yang dimana orang lain tidak dapat menggunakan itu tanpa adanya izin dari pemiliknya. Sedangkan “*intellectual*” menyangkut dengan aktivitas intelektual berdasarkan daya cipta dan daya pemikiran dalam bentuk ekspresi ciptaan sastra, seni dan ilmu, serta dalam bentuk penemuan sebagai benda immateril, dan kata “*intelektual*” harus diletakan disetiap karya atau temuan yang berasal dari pemikiran manusia tersebut.
2. Peter Mahmud Marzuuki mengartikan Hak Kekayaan Intelektual sebagai hak yang lahir dari pemikiran seseorang yang mendatangkan keuntungan materiil.
3. Muhammad Djumma & R. Djubaedillah mengartikan Hak Kekayaan Intelektual sebagai hak yang lahir dari kreatif manusia lalu diekspresikan dalam berbagai bentuknya, yang mempunyai manfaat serta dapat berguna di kehidupan manusia, juga bernilai ekonomi.²
4. A Zen Umar Purba mengartikan Hak Kekayaan Intelektual sebagai aset yang secara hukum melahirkan hak dan kewajiban bagi

² Muhhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, *hak milik intelektual (Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia)*. (Bandung, Citra Aditya Bakti 1997), hal.150-160.

pemilikinya, seperti kepemilikan badan bergerak maupun tidak bergerak, melekat pada orang yang memilikinya. Untuk itu diperlukannya pendaftaran untuk mendaftarkan tanda kepemilikan dari negara. Kepekaan kepada karya intelektual yang merupakan benda tidak berwujud akan tetapi memiliki nilai ekonomi adalah kunci pokok permasalahan.³

Salah satu aspek dalam hukum bisnis yang perlu diperhatikan adalah hak kekayaan intelektual atau *intellectual property right*. Hak Kekayaan Intelektual memiliki kaitan erat dengan aspek hukum lainnya, seperti aspek teknologi, aspek ekonomi, dan seni. Hak Kekayaan Intelektual sendiri lahir dari pemikiran seseorang, maka pemahaman hak ini pada dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak milik yang muncul dari keingintahuan manusia itu sendiri.⁴

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) hak yang dapat diperoleh dari imajinasi, pikiran, dan keterampilan seseorang. Hak Kekayaan Intelektual bisa dikatakan bidang hukum yang berkembang dengan pesat. Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang penting dan memiliki nilai yang tinggi bagi subyek hukum baik individu atau badan hukum. Perkembangan dan pentingnya Hak Kekayaan Intelektual karena era globalisasi ini, derasnya perdagangan baik dari nasional maupun internasional.⁵

³ *Ibid*, hal. 55-56

⁴ Farid Hasyim, *Hukum Dagang*, Sinar Grafika, (Jakarta,2009), hlm.184

⁵ Pengertian Haki, (www.zakimath.web.ugm.ac.id/matematika/etika_profesi/HAKI_09.ppt.htm) diakses pada tanggal 10 Agustus 2023

Hasil imajinasi, pikiran, dan keterampilan lahiriah karya-karya seperti karya seni, novel, musik, fotografi, film, merek, rekaman suara, perangkat lunak, perangkat komputer, desain yang dapat diproduksi secara massal, obat-obatan, dan rahasia dagang.⁶

Peranan Hukum Kekayaan Intelektual memiliki peran penting dalam perdagangan baik nasional dan internasional guna menjaga persaingan usaha yang sehat agar tidak terjadinya penjiplakan, pembajakan, maupun penyalahgunaan penggunaan hak atas merek. Organisasi internasional sudah mengakui adanya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Dapat dilihat dari adanya persetujuan satu dokumen penting dari putaran akhir Uruguay (*The Uruguay Final Round*) dalam rangka membangun World Trade Organization (WTO) yaitu dokumen *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)*.⁷

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)*⁸. Indonesia menjadi anggota Internasional, yaitu Paris Convention lalu diratifikasi menjadi Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 dan sudah mendatangi TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property*

⁶ Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung, P.T Alumni Bandung 2019), hal.3

⁷ Suyud Margono dan Amir Angkasa, *Komersial Aset Intelektual (Aspek Hukum Biasa)*.(Jakarta, Penerbit PT Gramedia Widayarsana Indonesia, 2000), hal 3

⁸ Ni Ketut Supasti Dharmawan, et.al, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta, Decoublish, 2017), hal.14-15

Rights) yang sudah diratifikasi menjadi Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 1997. Dengan itu, Indonesia harus dapat menyesuaikan Undang-Undang yang ada dengan peraturan yang telah diatur dalam perjanjian internasional.⁹

Walaupun sudah diatur dengan sedemikian, Pelanggaran atas merek sangat marak terjadi di Indonesia. Tidak mengenal merek tersebut baru ataupun merek lama. Produk-produk dengan Merek yang terkenal dengan mudah ditemui di pasar, toko kecil, atau pasar tradisional, bahkan di pinggir jalan. Hal ini menyebabkan banyak produk dijual dengan harga yang jauh lebih murah dari produk asli, bahkan ada yang sangat murah. Bagi konsumen yang tidak paham cara membedakan produk asli dan palsu, mereka cenderung tertarik untuk membeli produk palsu karena harganya yang lebih terjangkau. Fenomena ini dengan jelas menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap Hak Merek Terkenal sedang berlangsung, di mana produk palsu dari merek terkenal diproduksi dan dijual dengan harga yang sangat murah, mengakibatkan menurunnya minat konsumen untuk membeli produk asli dengan merek yang sebenarnya.¹⁰

Perkembangan teknologi sudah berkembang begitu pesat. Pelaku usaha dalam melakukan transaksinya memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya. Pada saat ini transaksi jual beli barang semakin banyak dilakukan secara *online*. *E-commerce* merupakan serangkaian teknologi, aplikasi dan proses

⁹ Yuslisar Ningsih, *perlindungan Penegakan Hukum Merek di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, Makalah yang disampaikan pada penatran Hak Kekayaan Intelektual(HKI), Mataran, hal.26

¹⁰ Putu Eka Krisna Sanjaya, Dewa Gde Rudy, *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek di Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Udayana.

bisnis yang menghubungkan penjual dengan pembeli. *E-commerce* dinilai lebih efektif dalam melakukan transaksi jual beli karena memiliki jangkauan yang begitu luas dalam memasarkan produknya. Dengan berkembangnya teknologi memudahkan semua orang berbelanja dengan mudah tanpa harus pergi keluar rumah.¹¹

Walaupun teknologi sangat memudahkan semua orang dalam transaksi jual beli, Ini juga memudahkan orang yang tidak bertanggung jawab untuk meniru merek terkenal dan kemudian menjual dengan harga murah. Para oknum tersebut menjual barang-barang palsu karena banyak permintaan dari pasar, seperti halnya merek ternama Nike, New Balance, Adidas, Specs, Ortuseight, dan masih banyak lagi yang dijual dengan harga yang tinggi. Karena daya beli yang tidak mencukupi itulah orang-orang lebih memilih barang palsu tersebut¹².

Istilah merek pertama kali dikenal sebagai pada masa penjajahan Belanda di Indonesia yang diatur didalam *Reglemen Industriele Eigendom* pada tahun 1912 yang terdapat didalam Staatblat 1912 jo. Staatblat 1913 Nomor 214. Pada 11 Oktober 1961 diubah menjadi Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang merek dan Merek Perniagaan (UU Merek 1961).¹³ Pada tahun 1992 Merek baru diundangkan dan mulai berlaku pada 1 April 1993, menggantikan Undang-Undang 1961. Disahkannya Undang-Undang baru tersebut, surat keputusan administratif

¹¹ Niru Anita Sinaga, dan Muhammad Ferdian, *Pelanggaran Hak Merek Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Transaksi Elektronik (E-commerce)*, Jurnal Ilmiah Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadama, Volume 10 No. 2, Maret 2020, hal 77

¹² *Ibid.* hal 78

¹³ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/sejarah-djki>, diakses pada 26 Mei 2023 pukul 10.07 WIB

yang terakut dengan prosedur pendaftaran merek dibuat. Berakutan dengan kepentingan reformasi Undang-Undang merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek (WIPO). Tahun 1997 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang merek diubah dengan melihat pasal-pasal dari perjanjian internasional tentang aspek-aspek yang dikaitkan dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs). Pasal tersebut berisi perlindungan atas indikasi asal dan geografis.

Merek merupakan tanda yang dapat diperlihatkan secara wujud berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, suara, hologram, atau campuran dari 2(dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi lebih unsur tersebut untuk memberi daya beda barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh perorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹⁴

Menurut Rachmadi Usman merek memiliki arti sebagai berikut¹⁵: “Merek merupakan suatu ciri tanda pengenal dalam penjualan barang atau jasa yang sama sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibedakan dengan produk atau jasa yang sama yang diciptakan oleh orang lain. Dengan melihat, membaca dan mendengar suatu merek, seseorang dapat membedakan bentuk dan kualitas suatu barang dan jasa yang akan diperdagangkan oleh pembuatnya.”

Merek dapat menjadi aset yang sangat penting bagi suatu perusahaan, Merek yang sudah terkenal di pasaran pastinya membuat para pengusaha dipaksa

¹⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Alumni Bandung, 2003), halaman 321.

untuk bersaing dengan merek-merek yang sudah terkenal. Bahkan dapat hal ini dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dengan menjiplak demi meraup keuntungan yang banyak dengan mengeluarkan modal yang begitu sedikit. Indonesia sudah memiliki dasar hukum yang mengatur tentang merek itu sendiri yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Ortuseight merupakan salah satu merek yang lahir di Indonesia pada Februari 2018 dan sudah cukup digandrungi oleh masyarakat, khususnya para masyarakat yang memiliki hobi olah raga seperti sepak bola, futsal, dan running. *Ortuseigh* sendiri mempunyai arti tersendiri yaitu matahari terbit dan Eight adalah jumlah orang yang membangun perusahaan ini. Sepatu buatan *Ortuseight* mempunyai karakteristik yang kental disetiap modelnya, *Ortuseight* sendiri juga menjadi alternatif lain bagi merek asli Indonesia dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus. Berbeda dengan saingannya Adidas, Nike, Puma dan lainnya yang membandrol barang merek dengan tinggi dan kualitas yang sama.¹⁶

Sepatu rancangan *Ortuseight* ini memiliki kualitas yang kuat dan terkenal dengan desainnya yang *trendy* dan *sporty*. Untuk memenuhi kebutuhan sepatu olahraga setiap tahunnya selalu meningkat karena minat dan permintaan masyarakat khususnya dibidang sepak bola dan futsal. *Ortuseight* sendiri harus berjuang dalam mendapatkan lisensi uji coba sebagai salah satu merek yang

¹⁶ Yen Fatahila, Kenali Ortuseight, Brand Sepatu Pemain Elit Futsal, <https://www.atome.id/blog/kenali-lebih-dekat-brand-ortuseight>, diakses, 19, April 2021.

berkualias dan terbukti sekarang, sepatu *Ortuseight* sudah banyak digandrungi oleh banyak kalangan usia muda dan usia tua.

Merek dapat menjadi aset yang sangat penting bagi suatu perusahaan, dan merek juga yang membuat produk lebih berharga bahkan lebih berharga daripada perusahaan. Merek yang sudah terkenal di pasaran pastinya membuat para pengusaha dipaksa untuk bersaing dengan merek-merek yang sudah terkenal¹⁷. Bahkan dalam hal ini dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dengan menjiplak demi meraup keuntungan yang banyak dengan mengeluarkan modal yang begitu sedikit. Indonesia sudah memiliki dasar hukum yang mengatur tentang merek itu sendiri yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Contoh lainnya, merek olah raga ternama yaitu Adidas yang berhasil membatalkan pendaftaran salah satu kompetitornya yaitu Adidia milik pengusaha Korea Kim Sung Soo. Pasalnya, Pengadilan Niaga Jakarta Pusat memutuskan untuk mengabulkan gugatan Adidas. Pihak Adidia memiliki persamaan pada polanya dengan merek Adidas. Selain itu Adidas dan Adidia memiliki persamaan dalam pengucapan dan secara visual lambangnya. Dengan adanya persamaan pokok pada kedua merek tersebut yang akan menyesatkan konsumen karena kesamaan produk. Sehingga terbukti dengan tujuan yang tidak baik dalam

¹⁷ Khelvin Risandi, Hari Sutra Disemadi, Pemalsuan Merek Sepatu di Indonesia: Pengaturan dan sanksi, Volume 8 Nomor 2, Agustus 2022, halaman 316, View of PEMALSUAN MEREK SEPATU DI INDONESIA: PENGATURAN DAN SANKSI? (undiksha.ac.id), diakses pada 26, Mei 2023, 20,40 WIB.

mendaftarkan mereknya adidia sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2006 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.¹⁸

Perlindungan terhadap merek diberikan oleh Negara melalui Undang-Undang baik berupa perlindungan bersifat preventif dan represif. Perlindungan preventif terkandung dalam Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi¹⁹:

“permohonan merek ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

1. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis
2. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis
3. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu atau
4. Indikasi geografis terdaftar.”

Sementara itu, upaya perlindungan represif terkandung dalam pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

1. “Setiap Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek1terdaftar1milik1pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)

¹⁸ Detik Finance, Adidas menang melawan Adidia, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-1378115/adidas-menang-lawan-adidia>, diakses Senin, 14 Juni 2010, 18.01 WIB.

¹⁹ Enny Mirfa *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar*, Jurnal Hukum Samudra Keadilan, Volume 11 Nomor 1, Januari-Juni 2016.

3. Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)”.

Dengan pengalaman penulis sendiri karena memiliki toko alat olahraga yang lebih dominan menjual merek *Ortuseight*, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan dan menyusun dalam karya ilmiah yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK ATAS PEMALSUAN SEPATU *ORTUSEIGHT* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, penulis membuat ruusan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi hukum terhadap hak pemegang sepatu *Ortuseight* berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana tanggung jawab pihak pembuat sepatu palsu *Ortuseight* dan penyelesaian sengketanya.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa implementasi hukum bagi pemegang merek sepatu *Ortuseight* yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Untuk menganalisa tanggung jawab para pihak dan penyelesaian sengketa terhadap sepatu *Ortuseight* yang dijiplak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberikan wawasan yang lebih luas khususnya seputar Hak kekayaan Intelektual dan segala peraturan yang berlaku di Indonesia khususnya mengenai merek.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan yang lebih luas kepada pembaca dan penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran agar instansi pemerintah dan pihak yang terkait lebih memperhatikan para pemegang merek

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mengikuti sajian pembahasan materi penulis ini, penulis akan menguraikan secara singkat pada bab demi bab yang terkait untuk memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap arah pembahasan sebagai berikut

BAB I : Pendahuluan

Berisikan latar belakang dari permasalahan yang akan diambil, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika dari penulisan ini.

BAB II : Tinjauan Pustaka berisi

Tinjauan teori dan tinjauan koseptual yang memuat artikel penelitian, jurnal, buku, serta skripsi lain yang dijadikan referensi dalam pembahasan penulisan ini

BAB III : Metode Penelitian

Berisi jenis penelitian, jenis data, cara memperoleh data, jenis pendekatan, serta analisa data.

BAB IV : Pembahasan dan Hasil Penelitian

Berisi inti dari penulisan ini yang dimana akan dijabarkan seluruh hasil analisis dari penelitian ini

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berupa penutup dari penulisan ini yang akan membawa kesimpulan dari hasil penelitian ini serta saran kepada pembaca lain terkait dengan hasil tersebut.