

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

HKI, atau hak atas kekayaan intelektual adalah perlindungan hukum atas ciptaan yang dibuat dengan bantuan pemikiran manusia. Karena ada bakat intelektual manusia yang perlu dilindungi, HKI memungkinkan terciptanya karya. Manusia memperoleh kapasitas intelektual untuk mencipta, merasakan, dan berharap melalui karya intelektual. Pengertian kekayaan intelektual akan muncul karena karya intelektual yang diciptakan memiliki nilai, terutama jika dimanfaatkan secara ekonomis.¹

HAKI merupakan bentuk hukum terhadap suatu perlindungan akan kekayaan intelektual sebagai hasil cipta harapan orang yang menemukan. Diantara kepentingan Negara berkembang dengan Negara maju telah terjadi adanya pro dan kontra berhubungan dengan perlindungan atas hak kekayaan intelektual, termasuk isu menimpa perlindungan pengetahuan sosial dan cerita rakyat.

Konsepnya HAKI itu berasal dari Negara maju yang mempunyai kepentingan serta berfungsi untuk melindungi HAKI dan melakukan pengamanan investasi di Negara berkembang. Akan tetapi bagi Negara berkembang, HAKI ialah sesuatu hal

¹ Eprints.< <https://eprints.umm.ac.id/28167/2/jiptummpp-gdl-rezaagaswa-31294-2-babi.pdf> >, diakses 15 Juli 2022.

yang baru sejalan dengan masuknya penanaman modal asing dan pengalihan isu teknologi.²

Hak yang diperoleh sebagai konsekuensi dari penerapan kecerdasan manusia untuk pengembangan produk atau layanan yang bermanfaat bagi masyarakat dikenal sebagai kekayaan intelektual.

Fungsi serta tujuan utama dari diciptakannya HAKI, yaitu sebagai perlindungan hukum bagi pencipta yang telah dipatenkan oleh individu atau kelompok atas karyanya dalam menciptakan karya dengan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual milik orang lain, meningkatkan persaingan, seperti dalam hal komersialisasi kekayaan intelektual.

Hak atas kekayaan intelektual maka dapat mendorong para pencipta agar bisa untuk terus berkarya dan mempunyai motivasi, dan mendapatkan apresiasi dari masyarakat, sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan strategi penelitian industri yang ada di Indonesia.³

Merek merupakan bagian dari salah satu HKI yang mempunyai peranan yang dapat dikatakan penting dikarenakan dengan digunakannya merek atas barang-barang dan/atau produk-produk yang diproduksi, maka dapat dibedakan asal mula tentang akan produk barang dan jasa. Selain itu merek juga digunakan didalam hal lain seperti dunia periklanan serta pemasaran. Dunia luar atau bisa disebut

² Eprints.< <https://eprints.umm.ac.id/28167/2/jiptummpp-gdl-rezaagaswa-31294-2-babi.pdf> >, diakses 15 Juli 2022.

³ Trias,2019."Haki adalah". < <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2021/01/22/haki-adalah/> >, diakses 15 Juli 2022.

dengan publik masih juga sering menghubungkan satu sama lain suatu image, suatu kualitas atau reputasi barang atau jasa yang dikaitkan dengan merek tertentu, dimana merek dapat dijadikan sebagai kekayaan yang dapat dikatakan sangat bernilai produktif; dan dimana keberadaan merek menyebabkan nilai/harga suatu produk meningkat, atau dimana produk tersebut menjadi mahal dan sangat berharga. Selain itu, pelanggan mendapat manfaat dari merek karena mereka cenderung membeli barang yang terkait dengan merek tersebut. Ini karena konsumen percaya bahwa produk yang terkait dengan merek tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi dan lebih aman untuk digunakan. sudah memiliki kepercayaan banyak orang.

Merek sendiri maka dapat dijadikan sebagai suatu hal yang bisa tandai oleh konsumen yaitu tanda pengenal yang bertujuan untuk membedakan milik antara orang yang satu dengan milik orang lainnya, misalnya dalam hal pemilikan ternak yakni dengan cara diberikan tanda pengenal berupa cap atau stempel pada punggung yang ditenak seperti sapi. Dengan dibuatnya suatu tanda pengenal oleh pelaku usaha atau perusahaan maka dapat dibedakannya barang maupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.

Merek mempunyai fungsi untuk jaminan suatu nilai hasil dari produksi yang mempunyai kaitan hubungan dengan kualitas serta kepuasan oleh konsumen. Akan tetapi hal kepemilikan atas merek yang utama yakni yang mempunyai bentuk berupa logo, image atau hal lainnya, mempunyai potensi yang bermasalah di hari yang akan datang apabila si pemilik merek tidak melakukan pendaftaran logo tersebut agar didapatkannya hak atas merek sekaligus dengan hak cipta. Karena

terdapat kejadian logo tertentu didaftarkan sebagai merek oleh seseorang dan terdapat juga orang lain yang mendaftarkannya sebagai hak cipta.⁴

Tidak adanya suatu merek menjadikan hal yang menyulitkan konsumen dalam melakukan penentuan akan produk mana yang mempunyai kualitas yang sesuai akan kebutuhan konsumen. Itu sebabnya merek perusahaan sangat berharga; pada kenyataannya, seringkali nilainya lebih dari aset fisik perusahaan. Barang dan jasa dapat dilindungi dari persaingan pasar yang tidak adil ketika diberi merek dengan informasi tentang asal, kualitas, dan keasliannya. Suatu produk yang mempunyai harga yang mahal biasanya bukan dikarenakan produk tersebut sendiri, melainkan adanya pengaruh dari merek.⁵

Indonesia terdapat adanya praktik perdagangan, dimulai dari pedagang kaki lima sampai dengan swalayan dapat ditemukannya bermacam-macam produk yang menggunakan merek yang merupakan merek terkenal, akan tetapi hal tersebut merupakan hasil tiruan. Perkara merek yang terjadi di Indonesia menjurus ke pengaruh pelanggaran akan merek yang terkenal, akan tetapi bukan berarti tidak terdapatnya merek dalam negeri yang diaplikasikan secara menempuh hukum oleh pihak lainnya yang merupakan pengusaha lokal, Mengapa sebuah merek dagang harus dapat melindungi pemiliknya dari masuknya pasar yang tidak setara adalah sebuah misteri. Karena merek dagang memungkinkan konsumen membedakan kualitas, harga, dan keaslian antara barang dan jasa yang identik.

⁵ Repository. < <http://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/378/3/Chapter%20I.pdf> >, diakses 15 Juli 2022.

Merek adalah indikasi dari mana suatu produk atau layanan berasal dan terkait dengan pembuatnya. Merek dibuat dan digunakan dari sudut pandang produsen sebagai jaminan nilai produksi, secara khusus akan hal kualitas kemudian pihak yang memakainya. Dari pihak konsumen, diperlukannya suatu merek agar dapat dilakukan pemilihan barang yang akan dibeli. Kadang-kadang merek tertentu yang digunakan oleh konsumen dapat memicu suatu image. Maka hal itu, apakah produk itu baik atau tidak mengenai suatu produk tentu akan mempunyai merek.⁶

Banyak masyarakat yang mengalami permasalahan Hak Atas Kekayaan Intelektual yang merupakan pelanggaran akan hak atas merek. Hak merek dagang, desain industri, rahasia dagang, desain tata letak sirkuit terpadu, dan varietas tanaman adalah contoh kekayaan intelektual yang memerlukan perlindungan dan penegakan hukum. Dengan adanya Perlindungan serta penegakkan hukum mengenai akan hak-hak itu diarahkan untuk melakukan penemuan hal baru didalam bidang teknologi dengan diperhatikannya kepentingan produsen dan konsumen.

Merek juga dipergunakan didalam hal-hal periklanan dan pemasaran dikarenakan dalam publik masih sering dikaitkan dengan image, kualitas serta reputasi akan barang dan jasa dengan merek-merek tertentu. Merek yang sukses secara komersial dapat menghasilkan kekayaan yang sangat besar, dan seringkali keberhasilan merek perusahaanlah yang menaikkan harga barang dan nilai pasarnya secara keseluruhan. Di Indonesia terdapat adanya perubahan serta penambahan Undang Undang Merek sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 yang diubah

⁶ Faradz, H. Perlindungan Hak Atas Merek. Jurnal Dinamika Hukum, Vol 8, No. 1 Januari 2008, hal. 38-40

dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992, selanjutnya diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, sehingga terbukti bahwa merek mempunyai peranan yang penting.⁷

Pentingnya pelaku usaha melakukan perlindungan terhadap merek agar keamanan merek tersebut tidak ikuti oleh orang lain. Maka oleh karena itu suatu merek harus didaftarkan sehingga dapat memperoleh perlindungan hukum yang menimbulkan kerugian terhadap pengusaha dalam pelanggaran merek. Terdapat adanya perlindungan merek maka bisa digunakan serta dimanfaatkan sebagai sarana didalam masyarakat yang merupakan konsumen agar terlindungi dari penipuan akan mutu barang tersebut. Merek yang bermutu yang dipandang oleh konsumen terungkap diperoleh pihak lain yang menyebabkan konsumen menjadi rugi dikarenakan mutu yang diperoleh pihak lainnya ialah rendah.

Merek merupakan suatu tanda pengenal atas produk suatu karya seseorang, merek juga dapat dimanfaatkan sebagai penjamin yang dapat diajukan agar bisa mendapatkan suatu pinjaman. Merek yang akan digunakan sebagai penjamin tidak tentu disetujui oleh pihak yang bersangkutan. Dengan demikian suatu merek yang akan digunakan sebagai penjamin terlebih dahulu harus didaftarkan. Hal ini sudah sesuai dengan asas merek yakni asas publisitas. Adanya sertifikat merek apabila merek tersebut telah didaftarkan.

⁷ Semaun, S. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. Jurnal Hukum Diktum, Vol. 14, No. 1 Juli 2016, hal. 107-108

Terdapat adanya sertifikat maka sertifikat tersebut akan digunakan sebagai penjamin oleh orang-orang yang membutuhkan pinjaman. Terdapat pendapat mengenai persyaratan akan hak merek tersebut, membuktikan bahwa merek tergolong suatu hak kebendaan yang seandainya dijamin maka mempunyai nilai yang memungkinkan.⁸

Tujuan suatu merek adalah untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen atas barang atau jasa yang dipromosikan semata-mata melalui rujukan pada nama merek sebagai jaminan, daripada nama individu atau organisasi yang bertanggung jawab atas produksi itu sendiri. Kualitas tinggi dari barang-barang yang diproduksi adalah bukti asal dalam negeri mereka.

Merek adalah kreasi pengidentifikasi dengan maksud untuk membedakan satu produk dari yang lain. Merek dapat berupa kata, logo, atau gabungan dari ketiganya. Ada nilai moral, finansial, dan moneter pada citra yang disajikan oleh masing-masing merek. Hak citra terkait merek adalah sejenis kekayaan intelektual. Banyak pemilik bisnis menyadari pentingnya citra perusahaan mereka dan bekerja keras untuk membangun dan memeliharanya melalui layanan yang konsisten dan barang berkualitas tinggi.

Salah satu strategi yang tersedia bagi pemilik bisnis dan pedagang adalah penciptaan merek yang dapat dikenali yang memenangkan kepercayaan pelanggan. Perusahaan penemuan merek dapat membuat hubungan antara foto dan nama merek perusahaan. Jika suatu produk tidak memiliki merek, pembeli tidak akan tahu apa

⁸ Habibi, M. & Saidah, R. Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Sebagai Jaminan Tambahan Pada Perbankan. Jurnal Purnama Berazam, Vol 2, No. 1 Oktober 2020, hal. 3-4

itu. Ini tidak menghasilkan peningkatan pendapatan untuk bisnis. Merek dagang yang mewakili status, keandalan, atau keandalan suatu produk. Akibatnya, merek memainkan peran penting dalam keberhasilan usaha pengusaha atau pedagang yang terbaik untuk konsumen. Merek suatu barang adalah nama atau simbolnya yang mungkin digunakan konsumen untuk mengenalinya di pasar.

Merek dagang komunitas dapat membantu pembeli dengan cepat mengidentifikasi produk yang dibuat oleh produsen tertentu. Biasanya, merek diiklankan sebagai bagian dari produk atau kemasan, atau sebagai fitur layanan yang ditawarkan.

Hukum merek mempunyai fungsi yakni untuk melakukan perlindungan merek tersebut dari pihak lainnya yang mempunyai niat untuk mengambil keuntungan dengan cara tidak sehat.

Situasi di negara Indonesia, perlindungan hukum di bagian HAKI yang telah diatur dalam hukum Indonesia meliputi rahasia Dagang (Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000), Desain Industri (Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000), Hak Paten (Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016), Hak Merek (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016), Hak Cipta (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014), (Undang-undang HAKI, Tahun 2004).⁹

⁹ Yayuk Sugiarti. "Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek". <https://media.neliti.com/media/publications/135593-ID-perlindungan-merek-bagi-pemegang-hak-mer.pdf>, diakses 27 Juli 2022.

**“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK WAFFELICIOUS
(STUDI PUTUSAN NOMOR 5/PDT.SUS-HKI.MEREK 2020/PN SMG)”**

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dikemukakan diatas, yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Upaya Perlindungan Hukum Pendaftaran Merek Waffelicious Dalam Putusan Pengadilan Nomor 5/Pdt.Sus-HKI.Merek/2020/PN Smg?
2. Bagaimana Pertimbangan Hukum Hakim dalam Putusan Pengadilan Nomor 5/Pdt.Sus-HKI.Merek/2020/PN Smg tentang Pembatalan atau Penghapusan Merek?

1.3 Tujuan Penulisan

Ruang lingkup permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui Upaya Perlindungan Hukum Pendaftaran Merek Waffelicious dalam Putusan Pengadilan Nomor 5/Pdt.Sus-HKI.Merek/2020/PN Smg.
2. Untuk mengetahui Pertimbangan Hukum Hakim dalam Putusan Pengadilan Nomor 5/Pdt.Sus-HKI.Merek/2020/PN Smg tentang Pembatalan atau Penghapusan Merek.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan Skripsi ini, manfaat dan kegunaan yang dapat diperoleh dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku perkuliahan dan membandingkan dengan kenyataan yang ada di lapangan.
- b. Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah wacana atau referensi di bidang karya ilmiah yang dapat mengembangkan ilmu hukum.

1. Manfaat Praktis

- a. Sebagai praktek dari teori penelitian dalam bidang hukum dan juga sebagai praktek dalam pembuatan karya ilmiah dengan suatu metode penelitian ilmiah.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang ingin memahami perlindungan hukum atas hak merek.
- c. Sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam studi Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada topik proposal “Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Waffelicious (Studi Putusan Nomor 5/PDT.SUS-HKI.Merek/2020/PN Smg)”, yang terdiri dari 3 bab di perjelas sebagai berikut :

BAB I TENTANG PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TENTANG TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan mengenai konteks teoritis dan konteks konseptual dari berbagai variabel yang selanjutnya akan dibahas dalam skripsi ini. Konteks teoritis yang ada pada penelitian ini secara keseluruhan akan menjelaskan mengenai teori tujuan Hukum Merek, Hukum Merek Terkenal dan teori lainnya terkait dengan Merek.

BAB III TENTANG METODE PENELITIAN

Bab ini mengutarakan jenis penelitian yang akan digunakan pada penulisan skripsi, pendekatan permasalahan yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan, dan metode analisis data. Selain daripada itu, dalam bab ini juga akan membahas mengenai skripsi atau karya tulis ilmiah lainnya yang pernah menuliskan skripsi dengan topik yang sama atau memiliki kemiripan dengan penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini mengutarakan hasil penelitian dan juga analisis yang sebelumnya telah dilakukan oleh penulis untuk menjawab rumusan masalah dalam bentuk data-data yang dilakukan penulis, selanjutnya data tersebut akan di

analisis atau dilakukan penyelidikan hingga menghasilkan sebuah fakta yang tepat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab penutup merupakan akhir dari penulisan sebagai jawaban atas permasalahan yang berisi sub bab simpulan dan menyampaikan alternatif penyelesaian permasalahan dan sub bab saran.

