

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan di Indonesia juga sangat erat berhubungan dengan sesuatu merek oleh karena itu dibutuhkan adanya suatu peraturan yang dapat mengatur dan menjamin kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen maupun produsen khususnya di bidang merek yang saat ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang UUMI (selanjutnya disebut UUMI) sehingga dapat melindungi seluruh pelaku ekonomi di Indonesia. Merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang UUMI Pasal 1 angka 1, Merek adalah 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 jasa¹.

Sejarah Perundang-Undangan merek di Indonesia dapat dicatat bahwa pada masa colonial belanda berlaku *Reglement Industriële Eigendom (RIE)*. Setelah Indonesia merdeka peraturan ini juga dinyatakan terus berlaku, berdasarkan pasal II Aturan Peralihan UUD 1945. Ketentuan itu masih terus berlaku hingga akhirnya

¹ https://dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/merek/uu_pp/UU%20no%202020%20tahun%202016%20tentang%20Merek1.pdf di akses pada tanggal 24 November 2020 pukul 13.45 WIB.

sampai pada akhir tahun 1961 ketentuan tersebut diganti dengan UU No. 21 Tahun 1961 tentang UUMI perusahaan dan merek perniagaan yang diundangkan pada tanggal 11 Oktober 1961 dan dimuat dalam lembaran RI No. 290 dan penjelasannya dimuat dalam tambahan lembaran Negara RI No. 2341 yang mulai berlaku pada bulan November 1961.²

Saat ini maraknya barang palsu akan sangat berbahaya dan mengakibatkan kerugian. Dalam hal ini Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual juga memiliki peran dalam pengawasan terhadap barang-barang yang memiliki muatan kekayaan intelektual dan memastikan apakah terdapat unsur-unsur yang terkait dengan pelanggaran merek atau tidak. Perlindungan hukum terhadap pemegang hak cipta dimaksudkan sebagai upaya untuk mewujudkan iklim yang lebih baik lagi bagi tumbuh dan berkembangnya semangat mencipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra³

Pemilik merek mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan hukum merek di Indonesia. Pemilik merek merupakan pihak yang berhak untuk menikmati secara ekonomi atas suatu merek yang dihasilkan. Pemilik merek dapat memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakan dan menikmati hasil ekonomi dari suatu merek tersebut melalui lisensi. Pemegang lisensi dan pemilik merek ini yang memegang kendali atas suatu merek dapat beredar masyarakat agar tidak terjadi pelanggaran pada merek. Hukum merek menganut delik aduan dimana diperlukan

² Dr.H.OK.Saidin, S.H, M.Hum,2015, Aspek hukum Hak Kekayaan Intelektual, hlm 443.

³ <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexetsocietatis/article/view/27058/26649> Di akses pada tanggal 21 December 2020 pukul 20.32 WIB.

laporan dan aduan dari pemilik merek kepada aparat penegak hukum untuk melakukan tindakan hukum atas suatu pelanggaran merek. Salah satu bentuk pelanggaran dalam⁴

Sektor perdagangan dunia, Indonesia sering diserbu barang palsu merek ternama karena Indonesia dipandang sebagai pasar potensial yang menjadi target utama yang dituju karena masyarakat Indonesia yang cenderung berorientasi pada pemakaian produk-produk luar negeri (label minded) dan tingkat konsumtif akan gaya hidup yang tinggi dalam penggunaan merek terkenal yang dapat menunjang dan menentukan status sosial dalam pergaulan, merek merupakan gengsi bagi kalangan tertentu karena gengsi seseorang terletak pada barang yang dipakai atau jasa yang digunakan, semakin terkenal merek yang digunakan semakin tinggi pula status sosial, apalagi merek itu terkenal yang merupakan produk asli yang sulit didapat dan dijangkau oleh kebanyakan orang dapat menjadi kebanggaan tersendiri. Penggunaan merek terkenal ini biasanya dengan alasan demi kualitas, bonafiditas, atau investasi.

5

Contohnya para pelaku produsen sepatu bermerek yang beredar luas dipasaran industri di Singaraja sekarang ini berasal dari luar negeri maupun dalam negeri. Sepatu bermerek yang sedang populer dikalangan masyarakat Singaraja saat ini seperti Puma, Macbeth, DC Shoes, Reebok, Converse, Asics, New Balance, Vans, Nike, Adidas & masih banyak lagi berlomba- lomba menarik perhatian dan minat

⁴ <https://core.ac.uk/download/pdf/84788892.pdf> di akses pada tanggal 21 December 2020 pukul 21.02 WIB.

⁵ <https://lib.unnes.ac.id/22145/1/8111411231-s.pdf> diakses pada tanggal 21 December 2020 pada pukul 22.21 WIB.

konsumen untuk membeli produknya. Biasanya pelaku bisnis produk palsu menyasar ke tempat-tempat, dimana konsumen sering melakukan pembelanjaan. ⁶Dalam hal ini, produk palsu dapat ditemukan di pasar-pasar ambil saja contohnya di Pasar Raya HP Dinda Ponsel. Sepanjang perjalanan pasti saja kita banyak menemukan pertokoan yang menjual berbagai barang palsu dengan berbagai merek.

Penjelasan dari latar belakang masalah diatas, Penulis tertarik untuk membahas penelitian hukum mengenai perdagangan barang tiruan dengan judul **“ANALISIS TERHADAP PERDAGANGAN BARANG TIRUAN DALAM MENGGUNAKAN MEREK TERKENAL BERDASARKAN UU NO 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (STUDI KASUS PASAR RAYA HP DINDA PONSEL MEDAN)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik dagang dan penerapan sanksi hukum terhadap perdagangan barang tiruan dalam menggunakan merek terkenal ?
2. Bagaimana keefektifitasan UU No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UUMI) dalam perdagangan barang tiruan dalam menggunakan merek terkenal?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik dagang dan sanksi hukum terhadap perdagangan barang tiruan dalam menggunakan merek terkenal

⁶ <https://repo.undiksha.ac.id/2072/3/1614101032%20-%20BAB%201%20PENDAHULUAN.pdf> diakses pada tanggal 21 December 2020 pada pukul 22.45 WIB

2. Untuk mengetahui bagaimana keefektifitasan UU No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam perdagangan barang tiruan tiruan dalam menggunakan merek terkenal

1.4 Manfaat Penulisan

1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, setidaknya dapat memberikan manfaat bagi ilmu hukum khususnya ilmu hukum perdata. Maka dari itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi novelty ilmu pengetahuan ilmu hukum khususnya hukum bisnis

2 Manfaat Praktis

Secara praktis, melalui penelitian ini penulis memperoleh wawasan dan pengetahuan baru khususnya mengenai perdagangan barang tiruan dalam menggunakan merek terkenal berdasarkan uu no 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UUMI)

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta Sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori, kerangka berpikir dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana penelitian dilakukan. Pada bab ini bersisi jenis penelitian, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, pendekatan penelitian, metode analisis data, dan jadwal penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ini menjabarkan hasil penelitian dan analisis terhadap hasil penelitian dimaksud

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang merupakan hasil analisis sekaligus merupakan jawaban atas permasalahan penelitian. Berikutnya berisi saran yang dapat penulis kemukakan terhadap perbaikan selanjutnya

