



## Pelanggaran Hukum Hak Atas Merek dalam Hubungannya dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia

Ni Made Ratih Prameswari\*, I Nyoman Putu Budiarta dan Desak Gde Dwi Arini

Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

ratihprameswarii88@gmail.com

### How To Cite:

Prameswari, N, M, R., Budiarta, I, N, P., Arini, D, G, D. (2021). Pelanggaran Hukum Hak Atas Merek dalam Hubungannya dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*. 3 (3). 277-281. Doi: <https://doi.org/10.22225/ah.3.3.2021.277-281>

**Abstract**—The number of brand violations that can be categorized as unfair business competition, which still produces counterfeit products and persists to this day because the public's interest in brand products is still very large because prices are much more expensive. This study aims to find out what forms of violation of trademark rights are categorized as unfair business competition and what legal remedies are available for business actors who market brands without permit. This study uses a normative legal research method by making legal norms the object of the research. The results of the study stated that the violation of trademark rights was categorized as unfair business competition, which was concluded through imitation of the brand, in essence, such as installing a logo exactly with the original brand that was already well-known. As for legal remedies for business actors who market brands without a permit, they can be subject to sanctions, in article 382bis of the Criminal Code, sanctions can also be imposed, namely material acts that are punishable by maximum imprisonment of 1 year and maximum fine of Rp.900,000,000.00.

**Keywords:** trademark rights; unfair business competition; violation of law

**Abstrak**—Jumlah pelanggaran merek yang bisa digolongkan sebagai konteks bisnis yang tidak bisa dibenarkan, yang sebenarnya memberikan barang palsu hingga saat ini karena minat masyarakat terhadap barang bermerek masih sangat besar mengingat harga dan harga yang jauh lebih mahal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk pelanggaran hak atas merek yang dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat dan bagaimana upaya hukum bagi pelaku usaha yang memasarkan merek tanpa adanya izin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan menjadikan norma hukum sebagai obyek dari penelitiannya. Hasil penelitian menyatakan pelanggaran hak atas merek dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat disimpulkan melalui adanya peniruan merek pada pokoknya seperti memasang logo persis dengan merek asli yang sudah terkenal dan merugikan konsumen dan produsen sebagai pemilik hak merek tersebut. Adapun upaya hukum bagi pelaku usaha yang memasarkan merek tanpa adanya izin dapat dikenai sanksi, dalam pasal 382 bis KUH Pidana juga dapat dikenakan sanksi yaitu perbuatan materil diancam hukuman penjara paling lama 1 tahun dan denda setinggi-tinggi nya Rp. 900.000.000,00.

**Kata Kunci:** hak atas merek; persaingan usaha tidak sehat; pelanggaran hukum

### 1. Pendahuluan

Dalam era perdagangan global, berpengaruh signifikan dalam ranah perdagangan nasional yang salah satunya terkait dengan merek yang penting untuk kegiatan keuangan atau dunia bisnis. Peran merek sangat penting, khususnya dalam menghadapi persaingan bisnis yang wajar, sehingga Indonesia kembali mengungguli Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 sehingga disusunlah Undang-undang Nomor 15 Tahun

2001 tentang Merek, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Merek. Dengan adanya pedoman merek dalam suatu pedoman hukum, salah satunya mengenai pengertian merek. Mengingat pengaturan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, disebutkan bahwa merek adalah tanda sebagai gambar, nama, kata, huruf, angka, tindakan naungan, atau campuran dari komponen-komponen tersebut yang mempunyai pembeda yang dipakai dalam pertukaran tenaga kerja dan produk.

Suatu merek sulit didaftarkan dengan asumsi pendaftaran direncanakan dan tidak jujur untuk mendaftarkan merek yang memiliki kesamaan pada tingkat dasar atau secara keseluruhan dengan suatu merek yang mempunyai tempat dengan pihak lain yang baru saja didaftarkan, atau yang memiliki kemiripan pada suatu tingkat dasar atau seluruhnya sampai suatu merek terkenal yang mempunyai tempat dengan pihak lain.

Dalam pemikiran Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pada saat pertukaran dunia, sesuai dengan pertunjukan global yang telah dikonfirmasi di Indonesia, tugas nama merek sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan bisnis yang wajar (Saidin, 2012). Merek dapat mencegah persaingan bisnis yang tidak wajar. Dengan merek, perbandingan tenaga kerja dan produk dapat dikenali dari awal, kualitas dan jaminan bahwa barang tersebut unik. Periode pertukaran global harus terus dipertahankan jika ada lingkungan persaingan bisnis yang solid (Darusman, 2016).

Terlepas dari kenyataan bahwa peningkatan telah dilakukan, pada kenyataannya tindakan menyalahgunakan hak istimewa nama merek masih terus berlanjut. Di Indonesia, pengaturan mengenai nama merek memiliki beberapa perdebatan nama merek yang dapat diamankan, kasus yang saya ambil adalah pelanggaran persamaan pada tingkat dasar atau keseluruhan dengan merek yang menonjol. Salah satu isu yang diangkat dalam eksplorasi ini adalah keanehan yang terjadi di Bali, khususnya di Pasar Badung, Kota Denpasar, ditandai dengan banyaknya barang dagangan yang beredar, misalnya karung Adidas palsu. Banyaknya peminat produk palsu karena harganya yang jauh lebih murah sekitar Rp. 55.000-Rp. 80.000 berbanding terbalik dengan nilai pertama yaitu sekitar Rp. 350.000,00-Rp. 850.000. Dengan bertambahnya jumlah pembeli, para pedagang yang menjual barang dagangan palsu juga bertambah (Kardiasa, 2013). Individu Indonesia cenderung berada pada pemanfaatan barang-barang yang tidak dikenal (nama tidak disetujui), juga merek adalah merek yang terkenal (Saleh, 1990). Karena daya beli individu yang rendah, bukan berarti memiliki pilihan untuk membeli barang asli yang memiliki kisaran harga yang benar-benar selangit, maka pengusaha (pedagang) bermaksud memberikan produk KW/peniruan identitas/palsu menggunakan merek-merek terkenal. Kasus ini bisa digolongkan sebagai persaingan bisnis yang tidak dapat dibenarkan karena merugikan salah satu pihak.

Adanya kepastian hukum bagi pemilik merek yang sah diharapkan dapat memberikan keistimewaan yang bersifat restriktif (unik) bagi pemilik merek (hak selektif) sehingga pihak yang berbeda sulit untuk melibatkan sesuatu yang sangat mirip atau sebanding dengan milik mereka, tenaga kerja dan produk yang serupa atau bisa dibilang setara (Sujatmiko, 2008).

Dengan merek yang telah terdaftar dilindungi oleh hukum, Berdasarkan Pasal 35 ayat 1 Undang-Undang tersebut perlindungan hukum terhadap merek terdaftar paling lama 10 tahun. Pengaturan yang demikian dimaksudkan agar para pemilik merek dapat disiplin di dalam menggunakan mereknya dan patuh serta taat pada peraturan merek yang berlaku demi keteraturan dan kelancaran dalam perdagangan untuk menciptakan kedamaian dalam masyarakat (Dewi, 2019). Masalah pelanggaran hukum mengenai merek serta tata cara maupun tindakan pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum kepada merek dagang yang telah terdaftar masih menjadi bahan kajian yang sampai saat ini belum ditemukan solusi konkritnya.

Berdasarkan penjelasan terkait permasalahan di atas, melalui penelitian ini penulis mencoba untuk mencari tahu bentuk pelanggaran hak atas merek yang dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat dan mencoba mencari pengetahuan terkait upaya hukum bagi pelaku usaha yang memasarkan merek tanpa adanya izin.

## **2. Metode**

Teknik penelitian hukum normatif digunakan sebagai bentuk metode penelitian dalam pengkajian ini. Ilmu hukum normatif ialah problem solving yang artinya ia analisis ilmiah terkait bagaimana memecahkan atau menguraikan berbagai problem hukum (Atmadja dan Budi Artha, 2018). Penulisan ini menggunakan analisa hukum tertulis dari pustaka atau bahan acuan sedangkan pendekatannya mempergunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Dalam metode ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan sumber dari pelbagai bahan berupa bahan hukum primer, sekunder, serta tersier.

Studi kepustakaan dilakukan oleh penulis guna melakukan pencarian bahan yang diambil dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Peraturan yang memiliki keterhubungan dengan pelanggaran hukum hak atas merek. Selain itu, sumber yang dipergunakan oleh penulis berasal dari buku, jurnal, atau sumber tertulis lainnya

baik cetak maupun digital yang memiliki keterkaitan dengan topik yang ditulis.

Bahan-bahan hukum yang sudah terkumpul akan dianalisa menggunakan teknik kualitatif dan interpretatif. Penggunaan teknik kualitatif yang dimaksud yaitu dengan pemilihan bahan hukum yang memiliki muatan yang mampu menjawab permasalahan yang dibahas. Penyajian dari penelitian ini akan ditulis dengan cara deskriptif dengan menyusun secara sistematis yang memungkinkannya mendapat kesimpulan yang ilmiah.

### **3. Pembahasan**

#### ***Bentuk Pelanggaran Hak Atas Merek Yang Dapat Dikategorikan Sebagai Persaingan Usaha Tidak Sehat***

Dalam mengenalkan suatu barang kepada masyarakat umum, pembuat akan mencap barang dagangan serta administrasi yang mereka hasilkan sebagai sesuatu yang dapat mengenalinya dari barang yang berbeda, tanda ini dikenal dengan merek (Nurachmad, 2011). Selain pertukaran, merek juga digunakan dalam bidang promosi dan pemasaran karena masyarakat umum sering menghubungkan gambar, kualitas dan ketenaran tenaga kerja dan produk dengan merek tertentu. Di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (selanjutnya disebut Undang-Undang Merek).

Pelanggaran hak atas merek sering terjadi karena ketidakjujuran para pelaku usaha dalam persaingan perdagangan. Takut akan kerugian menjadi penyebab utama para pelaku usaha untuk melakukan pelanggaran hukum. Mereka seringkali tidak menghiraukan aturan hukum yang ada. Praktek pelanggaran merek yang sering terjadi adalah (Shaleh & Trisnabilah, 2020). Pelaku usaha meniru merek dagang yang terkenal yang sudah memiliki pasar dan dikenal banyak orang. Pelaku usaha akan membuat produk sedemikian sama dengan produk asli sehingga masyarakat akan lebih memilih produk buatan mereka karena biasanya akan dijual dengan harga yang lebih murah.

Nama merek sebagai komponen hak inovasi berlisensi untuk pemiliknya memiliki kebebasan sindikasi atau kebebasan selektif untuk melibatkan atau mengizinkan berbagai pertemuan di dunia bisnis. Padahal Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat melalui Pasal 50 melarang infrastruktur yang membatasi pemanfaatan kebebasan merek.

Meskipun demikian, perlakuan buruk terhadap hak istimewa nama merek dapat menimbulkan praktek monopoli dan persaingan bisnis yang tidak dapat dibenarkan. Sehingga cenderung diatur sebagai pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Kusoy, 2002).

Pelanggaran kebebasan merek dalam pertukaran tenaga kerja dan produk bisa ditutup sebagai tindakan duplikasi merek, untuk situasi ini kontes menipu dilakukan oleh visioner bisnis yang tidak bermaksud baik dengan mengirimkan barang menggunakan nama merek yang umumnya dikenal secara lokal yang bukan keistimewaannya. Sebagai contoh, sampai saat ini banyak sekali peniruan barang merek populer dengan ungkapan "KW" umumnya di kelas "KW 1", "KW 2", "KW Super, dll. Untuk situasi ini, para pebisnis pasti sangat menginginkannya. Untuk mendapatkan keuntungan besar tanpa harus menghambur-hamburkan uang untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat dengan alasan merek tersebut sekarang dikenal oleh masyarakat umum. Meskipun produk palsu biasanya dijual dengan harga lebih rendah daripada barang dagangan pertama, jelas pemegang merek populer akan terhambat karena orang yang keberatan membeli produk pertama akan berubah menjadi membeli produk palsu.

Persaingan bisnis di luar jalur atau menipu (memalsukan dan meniru merek) bisa menyebabkan penurunan omset transaksi, akibatnya mengurangi manfaat normal dari merek yang lebih terkenal. Bahkan bisa mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap merek tersebut, karena pembeli merasa bahwa merek yang dulunya diterima memiliki kualitas yang bagus kini benar-benar mulai menurun kualitasnya. Pelanggaran hak atas merek ini juga sangat merugikan pembeli karena pembeli akan mendapatkan tenaga kerja dan produk yang biasanya kualitasnya lebih rendah daripada merek pertama dan terkenal, dan kadang-kadang produk palsu membahayakan kesehatan dan kehidupan pembeli.

Persaingan yang tidak dapat dibenarkan yang diidentikkan dengan Hak Kekayaan Intelektual adalah kontes oleh para pelaku bisnis dengan cara-cara yang tidak dapat dipercaya atau tidak secara tulus dalam Hak Kekayaan Intelektual, (Fandy, 1999).

Persaingan tidak jujur (*unfair competition*) sangatlah tidak diharapkan terjadi, dalam Konvensi Paris tentang Perlindungan bagi Hak Milik Perindustrian (*Paris Convention for The*

*Protections of Industrial Property*) tahun 1938 yang telah diperbaharui beberapa kali, terakhir di Stockholm pada tahun 1967 dan Indonesia telah meratifikasi Konvensi Paris tersebut untuk versi London (*London Act*) tahun 1934 sejak tanggal 24 Desember 1950 yang berlaku surut sejak tanggal 27 Desember 1949, kemudian pada tahun 1979 Indonesia mengesahkan pula Konvensi Paris versi Stockholm 1967 dengan Keppres Nomor 24 Tahun 1979 dalam Pasal 10 bis Konvensi Paris menyatakan bahwa: Negara peserta terikat untuk memberikan perlindungan yang efektif agar tidak terjadi persaingan tidak jujur. Dalam ayat (2) ditentukan bahwa setiap perbuatan yang bertentangan dengan "*honest practices industrial and commercial matters*" dianggap sebagai pemberatan persaingan tidak jujur.

### **Upaya Hukum Bagi Pelaku Usaha Yang Memasarkan Merek Tanpa Adanya Izin**

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mengharuskan suatu nama merek didaftarkan. Dengan didaftarkannya suatu merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, sesungguhnya pada saat itulah pemegang merek akan dipertanggungjawabkan atas nama merek produknya. Dengan tujuan agar setiap pembuat atau pelaku bisnis atau pialang memiliki jaminan asuransi yang halal atas kebebasan atas nama merek produknya. Hal ini sesuai dengan pedoman yang dianut oleh Undang-Undang Merek Indonesia, untuk lebih spesifik *quick to record standard*, bukan *main come, first out rule*. Mengingat pedoman ini, seseorang yang perlu memiliki hak istimewa untuk sebuah merek harus meminta merek yang dimaksud (Utami dan Adipradana, 2017).

Hasil yang sah dengan asumsi pihak yang mengamati merek dengan menarik belum mendaftarkan merek tersebut, maka pihak lain dapat mendaftarkan nama merek dengan nama yang sama dan pihak itu akan mendapatkan jaminan yang sah dan dengan asumsi ini terjadi maka pihak utama yang melihat merek tersebut akan terasa sangat terhambat namun tidak bisa melakukan tindakan yang halal karena mereknya belum terdaftar.

Nama merek untuk memuaskan motivasinya dan memperoleh jaminan yang sah harus dicantumkan. Pengaturan mengenai merek yang tidak dapat didaftar dan diberhentikan tertuang dalam Pasal 20 UU Merek.

Apabila sebuah merek mungkin akan

melukai seluruh penduduk, maka, pada saat itu, merek tersebut tidak bisa didaftarkannya. Bagaimanapun, jika merek itu merugikan pihak tertentu, pendaftaran merek dihentikan. Atau lagi-lagi secara gamblang bisa dikatakan bahwa merek yang tidak dapat didaftarkan adalah merek yang tidak layak untuk digunakan sebagai merek, sedangkan merek yang diberhentikan adalah merek yang menghalangi pertemuan yang berbeda. .

Pelaku bisnis bermerek tidak mendaftarkan merek mereka, kemudian, merek tidak memiliki asuransi yang sah. Dimana asuransi hukum disini berperan penting dengan tujuan agar merek tersebut memiliki jaminan untuk tidak ditiru atau dimanfaatkan secara salah atau demonstrasi melanggar hukum lainnya. Kepastian hukum atas nama merek dimanfaatkan sebagai suatu karya untuk memberikan kebebasan kepada pihak yang dijamin sesuai dengan komitmen yang telah dilakukan.

Sanksi yang dikenakan terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran nama merek selain menggunakan UU Merek, persaingan eksploitatif dilimpahkan demonstrasi pidana sesuai pasal 382 bis KUHP. Demonstrasi material diancam dengan pidana 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 900.000.000,00 (900.000.000 rupiah), adalah melakukan demonstrasi curang untuk memperdaya masyarakat umum atau seseorang secara khusus..

Pihak yang menggunakan dan menyalin suatu merek yang baru saja didaftarkan oleh pemilik hak atas suatu merek dapat menimbulkan akibat yang sah sebagai suatu perbuatan pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 200 ayat (2) Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur bahwa setiap orang yang tidak berhak memilih untuk menggunakan merek yang pada dasarnya sama dengan merek terdaftar yang memiliki tempat dengan satu pihak lagi untuk pekerjaan yang sebanding dan produk yang dibuat atau ditukar, akan ditolak dengan penahanan untuk batas waktu 4 (empat) tahun. waktu lama serta denda maksimal Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Selain itu, pihak-pihak yang menyebabkan kerugian pada pemilik pertama merek yang dirujuk dapat mengajukan tuntutan bersama melalui penuntutan. Pedoman dalam Pasal 1365 KUHPerdata menetapkan bahwa pemilik pertama merek dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan yang berwenang, khususnya pengadilan bisnis, seperti halnya melalui jalur



non-gugatan. Untuk mengatasi produk hasil curian atau barang dagangan palsu, Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang tindak pidana yang diidentikkan dengan Merek dan Indikasi Geografis.

Hasil dari merek terdaftar adalah bahwa itu harus digunakan dengan permintaan pendaftaran. Undang-undang Merek mengharuskan pemilik merek untuk langsung menggunakan merek mereka. Dengan asumsi merek terdaftar tidak digunakan sesuai dengan pengaturan yang ditentukan dalam undang-undang, pendaftaran merek yang dimaksud akan dibatalkan. Pedoman mengenai penghapusan cek yang sedang berlaku sekarang ini diatur dalam Bab VIII tentang Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran Merek dari Pasal 61 sampai dengan Pasal 67 Undang-Undang Nomor. 15 tahun 2001.

#### 4. Simpulan

Jenis pelanggaran yang sah atas kebebasan nama merek yang dipesan sebagai konteks bisnis di luar jalur dapat diselesaikan melalui peniruan identitas merek yang memiliki kesamaan pada tingkat dasar, misalnya, memperkenalkan logo secara tepat dengan merek yang unik dan palsu dari suatu merek yang memiliki kemiripan sepenuhnya dengan merek unik yang terkenal. Penyelesaian yang sah bagi pelaku usaha yang memasarkan merek tanpa hibah, dalam pengaturan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, mewajibkan pelaku usaha yang memasarkan merek untuk mendaftarkan nama merek dan tambahan administrasi merek pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Dalam hal nama merek tersebut telah dicantumkan, maka akan mendapatkan upaya pengamanan yang sah, baik yang bersifat umum maupun pidana. Penyembuhan secara hukum pidana, menurut Pasal 382 bis KUHP, khususnya unjuk rasa material diancam dengan pidana kurungan 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 900.000.000,00 (900.000.000 rupiah), bagi pengusaha penghibur yang melakukan demonstrasi curang untuk menyesatkan masyarakat umum atau seseorang secara khusus.

Diharapkan melalui penelitian ini, Pemerintah Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) untuk memberikan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran merek sesuai dengan Undang-Undang Merek yang berlaku dan juga harus dilaksanakan oleh aparat

penegak hukum secara konsisten. Kepada pelaku usaha untuk memperhatikan aturan hukum yang berlaku. Kepada masyarakat agar lebih teliti dalam membeli dan menggunakan sebuah merek barang maupun jasa, juga dapat memahami dan mengetahui perihal tentang pendaftaran merek supaya tidak dirugikan.

#### Daftar Pustaka

- Chandra, Gita Dewi, (2019), *Perlindungan Hukum Merek*, CV. Budi Utama.
- Darusman, Y. M. (2016). Kedudukan Serta Perlindungan Hukum Bagi PeKardiasamegang Hak Paten dalam Kerangka Hukum Nasional Indonesia dan Hukum Internasional. *Yustisia Jurnal Hukum*, 5(1), 202-215.
- Erna I Kusoy, (2002), *Mengantisipasi Pentingnya Perlindungan Merek dalam Undang-Undang Merek No.15 Tahun 2002*.
- Ismail Saleh, (1990), *Hukum dan Ekonomi*, Gramedia Pustaka Utama.
- Kardiasa, L. (2013). *Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal dari Tindakan Pelanggaran terhadap Merek Terkenal (Studi Implementasi Pasal 94 Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Studi di Pasar Besar Malang)*. *Kumpulan Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum*, 1(2).
- Munir Fandy, 1999, *Hukum Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, PT. Citra Aditya.
- Nurachmad. M, (2011), *Segala tentang HAKI Indonesia*, Cet. I, Buku Biru.
- Saidin O.K, (2004), *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, cetakan keempat, PT. Raja Grafindo Persada.
- Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini*. *Journal of Judicial Review*, 22(2), 291-300.
- Sujatmiko, A. (2008). *Aspek Yuridis Lisensi Merek dan Persaingan Usaha*. *Jurnal Hukum Pro Justitia*, 26(2).
- Utami, W., & Adipradana, Y. (2017). *Pengantar hukum bisnis: dalam perspektif teori dan praktiknya Indonesia*. Jala Permata Aksara.