

Perlindungan dan Penegakan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Terkenal di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan

Farras Panji Nur Alif, Aminah
Program Studi Magister Kenotariatan
Fakultas Hukum Universitas Diponegoro
Farraspanji@gmail.com

Abstract

Counterfeiting of Famous Brands is still being carried out because of its high economic value. Counterfeiting of famous branded goods injures the government from the economic sector (tax) also harms brand owners due to reduced market share, the number of enthusiasts in counterfeit branded goods lies at a lower price than the original price. The purpose of this study was to determine the legal protection and inhibiting factors for protecting foreign famous brands against counterfeiting. This research was conducted using an empirical juridical approach to see the law in a real sense or it can be said to see, examine how the law works in society. The results showed that the legal protection of foreign famous brands in Taman Puring Market has not been effective yet. The inhibiting factors for legal protection of foreign well-known brands in the Taman Puring market are laws and laws / substance, suboptimal law enforcement, lack of support facilities and facilities, weak public legal awareness, and economic factors.

Keywords: *famous brands; counterfeiting; legal protection.*

Abstrak

Pemalsuan Merek Terkenal hingga saat ini masih banyak dilakukan karena nilai ekonomisnya yang tinggi. Pemalsuan terhadap barang bermerek terkenal mencederai pemerintah dari sektor ekonomi (pajak) juga merugikan pemilik merek karena berkurangnya pangsa pasar, banyaknya peminat pada barang bermerek palsu terletak pada harga yang lebih murah dibandingkan harga asli. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perlindungan hukum dan faktor penghambat perlindungan merek terkenal asing terhadap pemalsuan. Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan yuridis empiris untuk melihat hukum dalam artian yang nyata atau dapat dikatakan melihat, meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan hukum merek terkenal asing di Pasar Taman Puring belum berlaku efektif. Faktor penghambat perlindungan hukum Merek Terkenal Asing di Pasar Taman Puring adalah hukum dan Undang-Undang atau substansi, penegak hukum yang kurang optimal, sarana dan fasilitas yang kurang menjangkau, lemahnya kesadaran hukum masyarakat, dan faktor ekonomi.

Kata kunci: **merek terkenal; pemalsuan; perlindungan hukum**

A. PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menjadi hasil dari pemikiran dan kecerdasan manusia dalam bentuk penemuan, desain, seni, karya tulis atau penerapan praktis suatu ide. Untuk dapat menciptakan Hak Kekayaan Intelektual dibutuhkan waktu, bakat, dan uang sehingga ketika tidak ada

perlindungan atas kreativitas intelektual yang dibuat, setiap orang akan dengan seenaknya untuk meniru dan mengopi secara bebas hak milik orang lain tanpa batas sehingga merugikan sang penemu karena tidak adanya insentif yang diperolehnya untuk mengembangkan kreasi-kreasi baru (Astarini,2009).

Kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual tumbuh bersamaan dengan kebutuhan untuk melindungi barang atau jasa sebagai komoditi dagang dari kemungkinan adanya pemalsuan atau dari persaingan yang tidak wajar (curang). Dengan demikian kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual yang digunakan pada atau untuk memproduksi barang atau jasa tersebut tidak terkecuali perlindungan terhadap merek (Riswandi & Syamsudin, 2005).

Merek merupakan salah satu bagian penting dari HKI atau Hak Kekayaan Intelektual. Karena Merek merupakan Hak Kekayaan Industri, dan Merek itu sendiri dapat menjadi suatu nilai tambah bagi produk baik itu produk yang berupa barang maupun produk yang berupa jasa. Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Tidak sedikit juga perdagangan merek itu disalahgunakan, banyak merek–merek asing terkenal sering dipalsukan (atau minimal pelaku usaha sering membonceng ketenaran dari merek terkenal tersebut) karena nilai ekonomisnya yang sangat tinggi. Hal tersebut menyebabkan pemilik merek yang sah atas merek terkenal dirugikan kepentingannya dengan berkurangnya pangsa pasar, pudarnya reputasi merek yang telah dibangun dengan susah payah dan dengan biaya yang tidak sedikit. Namun, tidak hanya kepentingan pemilik merek terkenal saja yang dirugikan, konsumen juga dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan ekspektasinya sebagai timbal balik dari pembayaran yang sudah dilakukan.

Merek punya peran penting dalam suatu produk yaitu untuk memperkenalkan produk dari suatu perusahaan produk. Merek berfungsi sebagai daya pembeda (*distinctiveness*) suatu barang dan/atau jasa yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi suatu perusahaan yang berbeda. Merek berpengaruh terhadap mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran sebagai pengait suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan seringkali merek-lah yang menjadikan harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut (Damian, 2003).

Merek produk terkenal asing sering dipalsukan karena memiliki nilai ekonomisnya yang sangat tinggi. Perbuatan memalsukan merek tersebut mengakibatkan kerugian yang besar terhadap pemilik merek sah karena dapat menyebabkan berkurangnya pangsa pasar, pudarnya *goodwill* atau reputasi merek yang telah dibangun dengan susah payah dan biaya tidak besar. Selain pemilik merek yang dirugikan, ada pihak lain yang ikut dirugikan yaitu konsumen. Konsumen dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan ekspektasinya sebagai timbal balik dari pembayaran yang sudah dilakukan (Kurnia,2011).

Di Indonesia khususnya di kota-kota besar ditemukan banyak produk-produk dengan merek-merek terkenal, yang dijual dengan harga yang jauh lebih murah dari harga asli merek tersebut. Padahal merek yang asli harganya jelas jauh lebih mahal. Setiap pembeli meskipun mengetahui bahwa yang dibelinya ini sebenarnya bukan barang asli tetapi tetap membelinya (Gautama, 1995).

Merek di Indonesia memiliki peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, khususnya berkaitan dengan berkembangnya usaha-usaha industri penanaman modal (Djumhana & Djubaidillah, 199).

Di Indonesia kasus-kasus pelanggaran merek terkenal dapat dijumpai di pedagang kaki lima di sepanjang trotoar, pusat pusat perbelanjaan sampai pusat-pusat pertokoan yang berada di mal-mal mewah yang memajang barang-barang dagangnya di etalase yang indah (Marwiyah, 2010).

Fenomena yang sedang terjadi di Pasar Taman Puring, Jakarta Selatan karena berdasarkan fakta dapat dikatakan bahwa masih banyak celah untuk melakukan pelanggaran merek di Indonesia terutama di Kota Jakarta khususnya di Pasar Taman Puring, Jakarta Selatan. Sebab dalam era perdagangan bebas seperti sekarang, merek merupakan suatu basis dalam perdagangan modern. Dikatakan basis karena merek dapat menjadi dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai lambang, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar. Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain sehubungan dengan baik kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain yang melekat pada merek.

Perlindungan tentang Hak Kekayaan Intelektual di Negara Indonesia telah diatur melalui berbagai Peraturan Perundang-undangan yaitu Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang

Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu. Dapat dilihat dari kenyataan yang sangat jelas maraknya peredaran barang palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak, selain merugikan pemerintah (pajak), investor atau pemegang merek, keberadaan barang palsu juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen, sebagai pengguna meskipun mereka secara langsung dapat membedakan merek terkenal dengan merek terkenal palsu tetapi mereka menghiraukan demi menunjang gaya hidup, keadaan seperti inilah yang perlu diperhatikan pemerintah agar pemegang merek terkenal/investor mendapat jaminan perlindungan hukum terhadap berkembangnya merek-merek terkenal palsu dalam skala besar. Dan dari kegiatan jual beli pakaian bermerek asing yang palsu ini pun telah menjadi sebuah fakta mengenai rendahnya kualitas kesadaran hukum di Indonesia.

Ada 2 (dua) teori yang dinilai relevan yang dipergunakan dalam artikel ini antara lain teori Hak Kekayaan Intelektual dan Teori Kepastian Hukum.

1. Teori Hak

Menurut Sudikno Mertokusumo, hak sebagai bentuk kepentingan yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan sebagai tuntutan perorangan atau kelompok yang diharapkan untuk dipenuhi (Mertokusumo, 2003).

Hak terdiri atas 2 jenis yaitu hak absolut dan hak relatif. Hak absolut adalah hak yang oleh pemiliknya terdapat pilihan apakah untuk mengambil tindakan atau tidak. Hal tersebut berlaku untuk siapapun serta dengan melibatkan semua orang. Hak absolut isinya sangat tergantung kepada otoritas pemilik hak. Seseorang yang punya hak absolut maka orang lain memiliki kewajiban untuk menghormati dan tidak mengganggunya. Untuk pihak ketiga (lain) berhak untuk mengetahui eksistensi dari hak absolut tersebut sehingga hak tersebut perlu dipublikasikan. Untuk hak relatif adalah hak yang mengandung mengenai unsur kewenangan untuk menuntut hak yang hanya dimiliki subjek hukum terhadap subjek hukum tertentu lain. Hak relatif ini cenderung hanya berlaku kepada orang-orang tertentu saja, antara lain kreditur tertentu atau debitur tertentu. Diantara kedua pihak terjadi hubungan hukum yang menyebabkan pihak yang satu berhak atas suatu prestasi dan yang lain wajib memenuhi prestasi (Mertokusumo, 2003).

2. Teori Kepastian Hukum

Menurut Van Apeldoorn disebutkan bahwa terdapat 2 (dua) aspek yang berhubungan dengan kepastian hukum, yaitu: kepastian hukum menunjukkan adanya ketentuan hukum yang jelas dan berlaku berlaku untuk masalah-masalah yang konkret demi mendapatkan hukum yang dapat diprediksi. Selanjutnya ada kepastian hukum yang menunjukkan adanya perlindungan

hukum oleh para pihak dimana dalam sengketa dapat dihindarkan dari perbuatan kesewenangan penghakiman (Prasetyo & Barkatullah, 2014).

Kepastian Hukum merupakan pelaksanaan hukum sesuai dengan bunyinya, sehingga masyarakat dapat memastikan bahwa hukum dilaksanakan. Penciptaan kepastian hukum dalam peraturan perundang-undangan memerlukan persyaratan yang berkenaan dengan struktur internal dari norma hukum itu sendiri (Manulang, 2007).

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang tersebut, maka ada beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu: pertama, bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal? Kedua, bagaimana penegakan hukum terhadap penggunaan merek terkenal yang diperjual belikan di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan?

Artikel yang membahas persoalan yang hampir sama dengan artikel ini telah ditemukan sebelumnya. Artikel yang ditulis oleh Moh. Nafri dengan artikelnya yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia . Artikel tersebut membahas persoalan mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia, dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Perlindungan Merek Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing (Nafri, 2018). Kemudian artikel yang ditulis oleh Muhamad Shafwan Afif dan Heru Sugiyono yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia yang membahas persoalan mengenai regulasi merek terkenal di Indonesia atas dasar persamaan pada pokoknya dan tanggung jawab lembaga negara yaitu DJKI terhadap merek yang dibatalkan oleh pengadilan karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal (Afif & Sugiyono, 2021). Selanjutnya artikel yang ditulis oleh Putu Eka Krisna Sanjaya dan Dewa Gde Rudy dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal Di Indonesia . Artikel tersebut membahas persoalan mengenai perlindungan hukum terhadap hak merek terkenal di indonesia dan akibat hukum bagi para pelanggar hak merek terkenal di indonesia yang ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Sanjaya & Rudy, 2018).

Artikel yang ditulis ini memiliki perbedaan dan beberapa artikel jurnal di atas yang digunakan sebagai perbandingan. Artikel ini lebih fokus membahas persoalan mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal, dan penegakan hukum terhadap penggunaan merek terkenal yang diperjual belikan di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan.

B. METODE PENELITIAN

Metode Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris, dimana dalam melakukan penelitian menggunakan studi empiris untuk melihat hukum dalam artian yang nyata atau dapat dikatakan melihat, meneliti bagaimana bekerjanya hukum dimasyarakat (Sjahdeini, 1999). Data primer merupakan data yang didapat atau dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Data primer diperoleh dari penjual barang merek palsu di Pasar Taman Puring dengan cara wawancara langsung, serta wawancara juga dengan pembeli dari baju tiruan dan juga wawancara juga dilakukan dengan Staf Merek Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Bagian Hukum untuk mendapatkan penjelasan dan tanggapan mengenai pemalsuan merek terkenal. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari berbagai sumber antara lain media massa, media cetak atau *online*, penelitian sebelumnya dan dari berbagai sumber-sumber lainnya. Analisis data akan dilakukan dengan mengumpulkan data penelitian yang diperoleh, baik data primer maupun data sekunder akan dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif yaitu dengan menggambarkan, menguraikan, dan menjelaskan hal-hal yang sesuai dengan permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal

Merek terkenal mengandung makna “terkenal” yang menurut pengetahuan umum sangat dikenal oleh masyarakat umum. Merek terkenal yaitu merek yang dikenal luas oleh berbagai macam sektor dalam masyarakat. Promosi dianggap menjadi salah satu sarana yang paling efektif untuk membangun reputasi (*image*) dan reputasi yang tidak harus diperoleh melalui pendaftaran semata, melainkan dapat diperoleh melalui *actual use in placing goods or service into the market*” yaitu dapat diperoleh melalui penggunaan secara aktual dengan cara meletakkan dan memajang barang dan jasa di pasar.

Ada dua terminologi hukum terhadap konsep merek terkenal yaitu “*well-known*” dan “*famous*”. *Famous Mark* diperlakukan lebih tinggi reputasinya dari pada *well-known mark*. Merek terkenal dengan kategori “*famous mark*” biasanya dilakukan upaya mendaftarkan terlebih dahulu, untuk perlindungan hukumnya. Untuk merek terkenal dengan kategori “*well-known mark*” biasanya dilindungi dan tanpa membutuhkan suatu pendaftaran. Disisi lain merek terkenal dengan kategori “*well-known mark*” sering kali hanya dilindungi untuk barang dan/atau yang terkait

dengan pendaftarannya saja. Sedangkan merek terkenal dengan kategori “*famous mark*” dapat dilindungi dari penggunaan yang tidak sah untuk produk barang dan/jasa yang bukan pesaing/tidak sejenis (*non-competing goods and services*), jadi umumnya lebih sulit untuk membuktikan merek terkenal dengan kategori “*famous mark*” daripada merek terkenal terkenal dengan kategori “*well-known mark*”. Untuk memutuskan suatu merek disebut “merek terkenal”, lazimnya “pengadilan akan melihat beberapa faktor berikut ini: Pertama, Derajat daya pembeda inheren (*deegree of inherent*) atau daya pembeda yang diperoleh (*acquired distinctiveness*), Kedua, durasi dan luasnya penggunaan (*duration and extent of use*), Ketiga, jumlah promosi dan publisitas (*the amount of advertising and publicity*), Keempat, luas geografis dari pasar (*the geographic extent of the market*), Kelima, jalur perdagangan (*the channel of trade*), Keenam, derajat dari pengakuan dari area perdagangan (*the degree of recognition in trading areas*), Ketujuh, setiap penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dari pihak ketiga (*any use similiar marks by third parties*), Kedelapan, apakah mereka terdaftar (*the mark is registered*).

Terkenalnya suatu merek menjadi *well-known/famous mark*, dapat memicu tindakan-tindakan pelanggaran merek baik yang berskala nasional maupun Internasional, karena suatu merek terkenal mengalami perluasan perdagangan yang melintas ke luar daerah/luar negeri.

Merek perlu dilindungi dan dijaga. Dalam rangka melindungi merek dari pelanggaran hukum terdapat 2 bentuk perlindungan hukum yaitu:

a. Perlindungan secara Preventif

Merek harus didaftarkan supaya mendapatkan perlindungan hukum oleh negara. Secara umum perlindungan hukum terhadap merek hanya untuk merek yang telah didaftarkan. Perlindungan hukum secara internasional dibutuhkan terhadap merek yang diperdagangkan sampai melintasi batas-batas negara. Merek berfungsi sebagai identitas dari suatu produk atau suatu perusahaan tertentu, sehingga membuat konsumen dapat membedakan jenis dari suatu produk dengan produk yang lainnya. Penyalahgunaan dan pelanggaran dalam penggunaan merek secara tidak sah atau dengan kata lain memalsukan suatu merek akan sangat merugikan pemilik merek yang sudah terkenal. Perlindungan hukum suatu merek sangat diperlukan untuk menjaga keaslian dan kualitas dari suatu produk sehingga dapat digunakan sebagai proteksi atas suatu hak merek dari perbuatan yang mengarah pada perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Konsep perlindungan hukum terhadap merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dinyatakan bahwa pemilik merek memiliki hak agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama. Banyaknya peredaran barang palsu atau barang yang dipergunakan secara tanpa hak di Pasar domestik tersebut disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum. Maraknya peredaran barang palsu diduga terjadi karena adanya permainan dalam penegakan hukum sehingga dengan mudah barang tersebut beredar di masyarakat. Pemerintah harus tegas dalam mengawasi produk bajakan sehingga pelaku barang bajakan dapat ditindak tegas dan menerima sanksi hukum. Kurang optimalnya aparat negara dalam mengawasi peredaran barang di pasaran menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat dan melukai hak konsumen. Dengan beredarnya barang-barang palsu baik dari dalam negeri sendiri maupun dari luar negeri akan menyebabkan kerugian negara disektor pendapatan dari pajak barang.

Mengingat pentingnya merek dalam dunia industri dan perdagangan, maka seharusnya dilakukan upaya-upaya perlindungan hukum dari perbuatan-perbuatan yang mengarah pada panyalahgunaan pemakaian merek. Perlindungan atas hak merek sangat penting untuk menjamin kenyamanan usaha bagi pemegang merek. Meskipun merek harus didaftarkan akan tetapi ada ketentuan-ketentuan merek yang tidak dapat didaftarkan. Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa permohonan pendaftaran merek ditolak ketika memiliki persamaan pada pokoknya atau leseluruhannya dan Permohonan yang diajukan atas dasar itikad yang tidak baik.

b. Perlindungan secara Represif

Bagi para pihak yang menciptakan dan yang menjual barang palsu jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan maka dapat diproses secara hukum sebagai pihak yang melakukan pelanggaran hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 99 ayat (1) disebutkan selain pejabat penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia, pejabat penyidik pegawai negeri sipil tertentu di lingkungan kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana (KUHP) diberikan wewenang untuk melakukan penyidikan

tindak pidana merek. Jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan. Pasal 99 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa Pejabat penyidik pegawai negeri sipil pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual tersebut berwenang melakukan: Pertama, pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek. Kedua, pemeriksaan terhadap Orang yang diduga melakukan tindak pidana di bidang merek. Ketiga, permintaan keterangan dan barang bukti dari Orang sehubungan dengan tindak pidana di bidang merek. Keempat, pemeriksaan atas pembukuan, pencatatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek. Kelima, penggeledahan dan pemeriksaan di tempat yang diduga terdapat barang bukti, pembukuan, pencatatan, dan dokumen lain yang berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek. Keenam, penyitaan terhadap bahan dan barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang merek. Ketujuh, permintaan keterangan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang merek. Kedelapan, permintaan bantuan kepada instansi terkait untuk melakukan penangkapan, penahanan, penetapan daftar pencarian orang, dan pencegahan terhadap pelaku tindak pidana di bidang merek. Dan kesembilan, penghentian penyidikan jika tidak terdapat cukup bukti adanya tindak pidana di bidang merek.

Perlindungan hukum untuk Hak Merek Terkenal harus dilakukan demi menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek dan pemegang hak merek. Hal tersebut sangat penting untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas Hak Merek dan memberikan manfaat bagi kepada masyarakat agar lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek atas produk dan usaha yang diciptakannya (Sanjaya & Rudy, 2018).

Peran lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti kepolisian, penyidik pegawai negeri sipil (PPNS), dan kejaksaan inilah yang sangat diperlukan. Untuk melakukan tindakan terhadap pihak yang menjual barang palsu, tetap harus ada pengaduan terlebih dahulu dari pemilik merek atau pemegang lisensi. Pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum represif atas pelanggaran hak atas mereknya. Ketika terjadi pelanggaran terhadap merek yang terdaftar seperti pemanfaatan merek, peniruan merek, penggunaan merek secara tanpa hak atau pemalsuan merek dan pembajakan merek, maka dapat dilakukan tuntutan berupa gugatan ganti rugi maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum.

Pasal 83-88 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek barang dan atau jasa yang sudah menjadi haknya berupa: Pertama, gugatan ganti rugi (*damages*) yakni pembayaran sejumlah uang sebagai kompensasi atas pelanggaran yang dilakukan, ganti rugi lazimnya didasarkan pada jumlah yang diperoleh oleh pemilik merek ketika tidak terjadi pelanggaran. Kedua, penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memeberikan perlindungan hukum kepada Pemilik merek untuk melakukan gugatan perdata atau menyelesaikan sengketanya melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa. Di Indonesia alternatif penyelesaian sengketa diatur didalam Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Perlindungan hukum lainnya berdasarkan ketentuan pidana Pasal 100-102 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan lain diatur dalam Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana tentang perbuatan/persaingan curang. Disamping itu juga diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai perbuatan/persaingan curang dapat digugat berdasarkan perbuatan melawan hukum dengan ketentuan.

2. Penyelesaian Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal yang Diperjualbelikan di Taman Puring Jakarta Selatan.

Pelanggaran atas penyalah gunakan hak merek dagang terkenal yang secara keseluruhannya dilakukan tanpa izin dari sang pemilik merek tersebut. Dalam Hukum pidana tindakan tersebut dianggap termasuk tindakan pemalsuan. Tindakan tersebut dapat dilakukan oleh siapa saja untuk beberapa kepentingan akan tetapi perbuatan atau kegiatan tersebut sangatlah fatal dan sudah termasuk tindak kejahatan pidana. Selain nama dan citranya pemilik merek menjadi tercoreng, kepercayaan konsumen juga menurun dikarenakan munculnya merek dagang tiruan atau palsu tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nova Susanti selaku bagian hukum Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual disebutkan pelanggaran Hak Merek tentang penggunaan merek terkenal secara tanpa izin untuk diperjualbelikan, untuk beberapa tahun ini. masih tidak terlalu banyak dilaporkan oleh masyarakat. Laporan mengenai pelanggaran hak merek, terutama tentang

pemalsuan merek terkenal sempat terjadi dalam kasus penyalahgunaan hak merek pakaian baik lokal maupun internasional. Dan hal tersebut sudah diproses dan dialihkan kepada penyidik, sehingga data di Direktorat Jendral HaKI hanya mengenai data pendaftaran hak merek serta keterangan ahli mengenai pelanggaran hak merek tersebut.

Kurangnya laporan masyarakat atas pelanggaran hak merek disebabkan masyarakat masih menganggap bahwa tidak masalah apabila merek terkenal tersebut digandakan baik secara sebagian ataupun keseluruhan dengan tujuan untuk mendapatkannya secara mudah ataupun murah untuk dapat memenuhi gaya hidup. Rendahnya peran masyarakat yang kurang memberikan apresiasi kepada pencipta/pemilik merek-merek lokal yang ada dengan menghargai karya atau ciptaan merek-merek lokal yang ada dan berkembang sekarang ini (terutama pakaian) dengan cara membeli pakaian-pakaian merek lokal, bukan pakaian dengan merek terkenal yang palsu (Susanti, 2018).

Perbuatan pemalsuan merek tersebut pada dasarnya merupakan pelanggaran atas hak merek yang didasarkan atas perbuatan persaingan usaha, curang dalam dunia perdagangan, dan perbuatan itu tidak hanya terjadi di satu negara saja melainkan juga terjadi di seluruh dunia. Hal tersebut disebabkan karena peredaran suatu barang dengan merek tertentu khususnya merek terkenal sangatlah tinggi dan tidak lagi sebatas pada satu negara tertentu, melainkan telah melintas pada beberapa negara. Untuk menjadikan sebuah merek itu menjadi merek yang dikenal oleh khalayak ramai, pemilik merek harus melakukan publikasi besar-besaran dan terus-menerus hingga akhirnya merek tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dengan melakukan pengiklanan yang secara terus menerus itu membutuhkan biaya yang tidak sedikit, oleh karena itulah, pihak pesaing usaha sering melakukan pelanggaran terhadap merek terkenal. Dengan pelanggaran merek yang mereka lakukan tersebut pesaing usaha tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk melakukan iklan terhadap produknya, karena masyarakat akan mengira bahwa produk yang sama dengan merek yang sudah mereka kenal lebih dahulu. Dari hasil wawancara dilapangan diperoleh data dari pelaku usaha yang memalsukan merek produknya pakaiannya dengan merek dagang yang sudah dikenal banyak masyarakat. Dia mengatakan bahwa ketika dia menjual dengan produk dengan merek buatannya sendiri sendiri dia menilai bahwa produknya tidak akan laku untuk dijual. ketika melakukan/membuat *branding* dengan merek yang dibuatnya sendiri pasti akan membutuhkan waktu yang sangat lama. Akhirnya dia lebih memilih jalan pintas supaya mendapatkan hasil yang berlimpan walaupun melanggar hukum yaitu dengan menjual

barang/menjiplak merek dagang orang lain yang sudah terkenal kemudian memasarkannya untuk lebih cepat mendatangkan keuntungan yang sangat besar (Agus, 2018).

Dari kondisi yang terjadi di lapangan seperti di atas, maka dengan terjadinya tindakan melakukan pemanfaatan merek akan mengurangi kepercayaan pihak asing atau investor terhadap jaminan perlindungan merek yang mereka miliki. Akibatnya muncul ketidakpercayaan dunia internasional terhadap perlindungan hak atas merek yang diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam hal hubungan dagang. Keadaan tersebut akan semakin mendorong perlunya perlindungan hukum terhadap merek yang semakin baik, khususnya terhadap merek-merek terkenal. Pada umumnya merek terkenal yang selalu dijadikan sasaran peniruan dan pemalsuan, karena akan dapat meningkatkan omzet penjualan dari mereka- mereka yang tidak bertanggung jawab.

Dalam konteks penegakan hukum, khususnya penegak hukum dibidang pelanggaran merek-merek terkenal, khususnya di kawasan Taman Puring Jakarta Selatan, maka sangat perlu untuk diperhatikan kejelasan perumusan norma dari peraturan hukumnya. Penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi Geografis mutlak diberlakukan dengan tegas dimasyarakat. Untuk menekan pelanggaran-pelanggaran tersebut penegakan hukum harus ditegakkan kepada para pelanggar hak atas merek tersebut. Faktor yang mempengaruhi penegakan hukum itu sendiri berasal dari faktor pengaturan hukum, penegakan hukum, sarana dan fasilitas yang mendukung penegakan hukum, faktor masyarakat dan faktor kebudayaan.

Ditemukan adanya hambatan-hambatan untuk menyelesaikan pelanggaran merek terkenal di Taman Puring ini, karena masih banyak pedagang yang dengan berani membuat, menjual, memasarkan barang-barang yang mereka buat tanpa seizin pemiliknya dengan alih-alih untuk mencari keuntungan semata saja tanpa memikirkan sebab-akibat yang akan terjadi. Seharusnya jika mereka ingin melakukan hal tersebut harus mendapatkan izin dari si pemilik merek tersebut atau melakukan perjanjian lisensi. Walaupun ada juga sebagian dari mereka yang mengetahui bahwa yang mereka lakukan itu salah akan tetapi karena penegakan hukumnya lemah maka praktik pelanggaran hukum terhadap hak merek khususnya yang ada di Pasar Taman Puring, Jakarta Selatan masih sulit untuk dilaksanakan. Penegakan hukum terhadap pelanggaran merek terkenal itu jika ingin dilaporkan karena adanya pelanggaran harus ada delik aduan terlebih dahulu dari si pemilik merek, dan juga tidak ada sanksi yang dapat diterapkan oleh si pelanggar merek (pelaku). Ketika tidak ada delik aduan, maka sekalipun telah terjadi pelanggaran merek, aparat penegak hukum dapat saja mengabaikan atau membiarkan pelaku bebas tanpa diproses secara

hukum. Mereka tetap melakukan hal tersebut dan menganggap hal itu merupakan hal lumrah atau hal yang dimaklumi. Mereka menganggap jika mereka tidak melakukan hal tersebut mereka tidak bisa mendapatkan keuntungan.

Lemahnya penegakan hukum dari Kementerian Hukum dan HAM dengan tanpa melakukan edukasi melalui sosialisasi terhadap produsen, pedagang dan pembeli tentang merek serta kesadaran pemilik mereknya juga dalam melaporkan indikasi pelanggaran merek agar dapat menanggulangi masalah pelanggaran merek yang terjadi. Pengawasan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan khususnya di Pasar Taman Puring perlu ditingkatkan. Sarana dan fasilitas yang menunjang, dan belum adanya alat yang memudahkan untuk mendeteksi suatu barang untuk membedakan barang tersebut merupakan barang asli atau palsu. Lemahnya kesadaran pembeli untuk membeli barang yang berkualitas serta kurangnya juga keinginan menggunakan dan membeli merek yang asli. Apabila hal ini tersebut terus-menerus dibiarkan saja dan tidak pernah ada tanggapan yang serius maka hal tersebut akan menjadi identitas negara kita ini yaitu masyarakat Indonesia memiliki budaya lebih suka membuat, membeli dan menggunakan barang palsu. Fakta pemalsuan untuk merek pakaian modis yang identik dengan olahraga *surfing* tersebut seperti (*RipCurl, QuikSilver dan Volcom*) di bali sudah banyak yang terjerat kasus pemalsuan merek tersebut. Karena di bali sudah ada toko lisensi resmi dari *RipCurl, QuikSilver dan Volcom* jadi mereka semua mengerahkan *team*nya untuk melakukan investigasi terhadap orang yang memalsukan pakaian tersebut di daerah Bali dan melaporkannya kepada pihak yang berwenang.

Penangan pemalsuan merek di daerah Pasar Taman Puring, Jakarta Selatan ini sendiri belum ada tindakan yang positif. Ada pemilik toko memiliki lisensi resmi merek pakaian *surfing* tersebut lebih memaksimalkan pengawasan terhadap mereknya sendiri di setiap daerah-daerah yang ada di Indonesia. Jadi untuk penyelesaian pelanggaran merek terkenal di Pasar Taman Puring ini seharusnya menjadi fokus yang harus lebih diperhatikan lagi bagi si pemilik merek untuk memperbanyak bagian *team* investigasi mereknya (*Intellectual Property Departement*) dan pemerintah pun juga harus lebih aktif dalam menangani permasalahan merek di Indonesia agar tidak ada lagi pelanggaran-pelanggaran, setidaknya-tidaknya berkurang kasus pelanggaran tentang pemalsuan merek terkenal tersebut. Perumusan norma yang jelas dan pemahaman yang seksama terhadap materi Perundang-Undangan, maka penerapannya akan tepat, sehingga perlindungan terhadap kepentingan yang dilindungi akan tercapai dan penegakan hukum serta kepastian hukum dapat dilaksanakan. Dengan penegakan hukum secara terus menerus akan menumbuhkan

kepatuhan hukum bagi masyarakat/aparat penyelenggara negara. Dengan demikian akan dapat dirasakan oleh setiap anggota masyarakat dan setiap orang yang termasuk penyelenggara negara bahwa kepatuhan hukum merupakan hal terbaik. Pemilik merek itu sendiri harus memiliki *team* atau departemen untuk melakukan investigasi atau pelacakan terhadap pemalsuan mereknya (*Intellectual Property Departement*) dan juga dengan bekerja sama dengan pemerintah Indonesia melalui kepolisian dan Kementerian Hukum dan HAM agar mereknya tidak dapat dilakukan pemalsuan atau tindakan perbuatan curang lainnya.

D. SIMPULAN

Perlindungan Merek di Indonesia telah sudah berdasarkan pada sistem konstitusif. Dengan diterapkannya sistem konstitusif lebih menjamin kepastian hukum dibandingkan dengan sistem deklaratif. Dalam sistem konstitutif hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran (*required by registration*). Merek yang tidak didaftarkan maka tidak akan mendapatkan perlindungan hukum. Dengan sistem konstitutif ini yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas merek tersebut, dan pihak yang mendaftarkan adalah pihak yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati haknya pendaftar sebagai hak mutlak. Dengan didaftarkannya merek tersebut kepada Ditjen HKI, maka pihak lain tidak dapat menggugat atas merek yang telah didaftarkan tersebut, kecuali pihak ketiga dapat menunjukkan bukti-bukti baru dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di Pasar Taman Puring, Jakarta Selatan belum berlaku efektif. Pelanggaran penyalahgunaan merek ini bersifat delik aduan sehingga apabila tidak ada pengaduan dari pemegang merek maka tidak ada proses hukum untuk memberikan sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran merek. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jakarta dalam pendistribusian barang ke pedagang dan peredaran barang palsu di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan harus selalu melakukan pengawasan sehingga pelanggaran dapat diminimalkan dan penegakan hukum oleh Kementerian Hukum dan HAM dapat dilakukan dengan baik. Selain itu perlu dilakukan edukasi melalui sosialisasi terhadap produsen, pedagang dan pembeli tentang merek serta kesadaran pemegang merek dalam melaporkan indikasi pelanggaran merek agar dapat menanggulangi pelanggaran merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhamad Shafwan, Sugiyono, Heru (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, Vol. 4, (No. 2), p.565-585. <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>.
- Agus, W. (2018). Wawancara Dengan Pedagang Penjual Merek Palsu Di Pasar Taman Puring Jakarta Selatan 18 Maret 2018.
- Astarini, D.R.S. (2009). *Penghapusan Merek Terdaftar Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dihubungkan Dengan TRIPS-WTO*. Bandung: PT. Alumni.
- Damian, Eddy, et.all. (2003). *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*. Bandung: PT. Alumni.
- Djumhana, Muhammad., & Djubaidillah, R. (1997). *Hak Milik Intelektual, Sejarah Teori Dan Prakteknya Di Indonesia*. Bandung: Citra Adhitya Bakti.
- Gautama, S. (1995). *Segi-segi Hukum Hak Milik Intelektual*. Bandung: PT. Eresco.
- Hariyani, I. (2010). *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Kurnia, T.S. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*. Bandung: PT. Alumni
- Manulang, F.M. (2007). *Hukum Dalam Kepastian*. Bandung: Prakarsa.
- Nafri, M. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia. *Maleo Law Jurnal*. Vol. 2, (No.1), p.52-67. <https://doi.org/10.56338/mlj.v2i1.254>.
- Mertokusumo, S. (2003). *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.
- Prasetyo, Teguh., & Barkatullah, Abdul Halim. (2014). *Filsafat, Teori dan Ilmu Hukum : Pemikiran Menuju Masyarakat yang Berkeadilan dan Bermartabat*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Riswandi, Budi Agus & Syamsudin, M. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sanjaya, Putu Eka Krisna., & Dewa Rudy (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal Di Indonesia. *Kertha Semaya, Vol. 6*, (No. 11), p.11.
- Sjahdeini, S.R. (1999). *Hak Tanggungan: Asas-asas Ketentuan-ketentuan* Siti Marwiyah. 2010. Perlindungan Hukum atas Merek Terkenal. Dalam Jurnal Syariah dan Hukum, Volume 2 Nomor 1. Hal.44. Surabaya: Universitas Dr. Soetomo *an Pokok dan Masalah yang Dihadapi Oleh Perbankan (Suatu Kajian Mengenai Undang-undang Hak Tanggungan)*. Bandung: Alumni.
- Susanti, N. (2018). Wawancara dengan Bagian Hukum Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Kantor Bagian Hukum Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual selasa 17 Maret 2018.
- Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, Tentang Merek.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.