

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pencipta/penemu memiliki hak eksklusif (khusus) dari hasil kreativitas atau hasil olah pikir yang mereka buat yang bersifat khas dan baru yang dikenal dikalangan masyarakat dengan sebutan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) atau *Intellectual Property*.¹ HAKI termuat dalam hak kekayaan industri dan hak cipta.

Setiap pencipta memiliki wewenang secara paten setelah ciptaannya diwujudkan dalam bentuk nyata yang biasanya disebut dengan hak cipta.² Hak kekayaan industri dalam HAKI ialah:³

- Adanya hak eksklusif dari pemerintah kepada setiap individu
- Label pada Dagang (*Trade Mark*) dan Indikasi Geografis
- Rancangan Industri (*Industrial Design*)
- Strategi Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST)
- Rahasia Dagang (*TradeSecret*)
- Perlindungan Varietas Tanaman (PVT)

Merek menurut Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 sebuah tanda yang dikombinasi dengan berbagai unsur seperti gambar/ nama/ kata dan lain sebagainya yang disusun dari berbagai macam desain sehingga dapat

¹Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, hal 16.

² Budi Riswandi, et.all, *Pembatasan dan Pengecualian Hak Cipta di Era Digital*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2017, hal 5.

³Iswi Hariyani, op.cit., hal 18.

dibedakan saat kegiatan dagang barang atau jasa dilakukan.⁴

Dalam menunjang pembangunan nasional dibidang bisnis dan ekonomi, Hak Kekayaan Intelektual tidak bisa dihindari untuk masuk kedalam sistem hukum kita karena perdagangan serta perindustrian membutuhkan hak-hak tersebut.⁵

Pada merek ada perbedaan pembagian yaitu dagang yang bermerek dapat berupa barang yang menggunakan merek disetiap perdagangannya oleh suatu badan hukum atau orang lainnya. Sedangkan, bagi setiap jasa yang digunakan seseorang secara bersamaan atau badan hukum tertentu menggunakan setiap merek diperdagangkannya itu dikenal dengan istilah merek jasa. Begitupun dengan merek kolektif dimana setiap barang dan jasa yang diperjualbelikan oleh pemilik produk/ jasa memiliki karakteristik yang sama agar barang atau jasa yang jenisnya sama persis dapat dibedakan oleh pemilik barang atau jasa tersebut.⁶

Dalam menciptakan sebuah merek hal yang perlu dilakukan adalah mendaftarkan merek tersebut diawal agar dapat terlindungi secara hukum sebagaimana dijelaskan pada UU No. 15 Tahun 2001 pasal 28, perlindungan pada merek akan berlaku dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun dimulai dari tanggal penerimaannya atau waktu perpanjangan untuk waktu perlindungan.⁷

Tidak semua merek bisa didaftarkan dan diterima begitu saja. Menurut

⁴UU No 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

⁵Saidin, *Aspek Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hal 40.

⁶Iswi Hariyani, *Op.Cit.*, hal 87.

⁷UU No 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Pasal 5 terkait merek menyampaikan jika label tersebut tercatat dengan bentuk yang menentang dengan peraturan hukum yang telah ditetapkan seperti tidak adanya daya pembeda dan lain sebagainya, atau bisa dimiliki secara umum ataupun barang dan jasanya berkaitan dengan yang telah dimohonkan oleh pendaftar.⁸

Salah satu bentuk kasus yang pernah terjadi dalam sengketa merek ialah merek hotel Sheraton International IP, LLC., Starwood Hotels & Resorts World wide, INC selaku penggugat dengan PT Graha Tunas Mekar selaku tergugat. Merek hotel milik penggugat yaitu “ST.REGIS” dengan merek hotel tergugat yaitu “*REGIS@The Peak at Sudirman*” terdapat persamaan yaitu kedua merek sama-sama memiliki unsur yang dominan yaitu REGIS. Namun sebelumnya kasus ini dimenangkan oleh PT Graha Tunas Mekar dalam Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 29/Pdt.Sus-Merek/2015/PN Niaga Jkt. Pst pada tanggal 6 Oktober 2015, sehingga Sheraton mengajukan banding.

Sengketa mengenai merek ini sangat menarik untuk diteliti guna mencari bagaimana hak pemilik atas merek dapat dilindungi secara hukum, dengan demikian penulis tertarik mengkaji kasus sengketa merek yang diberi judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK HAK MEREK TERKENAL TERHADAP PENIRUAN MEREK MILIKNYA (Analisis Putusan MA Nomor 7 K/pdt.sus-HKI/2016 antara Sheraton International dengan PT. Graha Tunas Mekar)”**

⁸Yusran Isnaini, *Buku Pintar HAKI*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hal 34.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis yuridis terhadap peniruan merek terkenal dalam putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016?
2. Bagaimana akibat hukum peniruan merek terkenal dalam putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016?
3. Bagaimana perlindungan hukum bagi pemilik hak merek terkenal berdasarkan putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis yuridis terhadap peniruan merek terkenal dalam putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016
2. Untuk mengetahui akibat hukum peniruan merek terkenal dalam putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016
3. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pemilik hak merek terkenal berdasarkan putusan MA Nomor 7K/pdt.sus-HKI/2016