

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seluruh manusia yang ada di muka bumi ini hampir dipastikan seluruhnya menginginkan yang namanya kemakmuran dalam hidupnya. Negara Kesatuan Republik Indonesia sebenarnya pun sudah mengamini hal tersebut melalui Undang-Undang Dasar tahun 1945 yaitu tepatnya di pasal 27 ayat 2 yang mengatakan : “ Tiap-Tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”.

Untuk menggapai taraf kehidupan yang sejahtera setiap manusia setidaknya harus melakukan 2 (dua) hal, adapun 2 hal tersebut adalah mengikut orang lain untuk bekerja (pekerja) dan berdikari dalam kegiatan usaha sendiri atau lebih sering disebut sebagai pengusaha. Dalam cakupan selaku seorang pengusaha ada beberapa pilihan bidang yang dapat diselami, mulai dari bisnis perjalanan wisata, Food and Bar, ataupun bahkan perusahaan industri kimia yang dimana tentu menjanjikan keuntungan yang sangat luar biasa banyaknya.¹

Dalam mengelola sebuah bisnis baik berbentuk barang maupun jasa setiap orang sangat membutuhkan suatu nama atau lambang-lambang untuk digunakan terhadap barang atau jasa tersebut, yang berfungsi sebagai tanda dari mana asal barang atau jasa tersebut berasal. Dalam kegiataan strategi pasar/pangsa pasar suatu nama atau lambang-lambang yang digunakan tersebut disebut sebagai: merek (trademark), nama usaha (business name), dan nama perusahaan (company name). Merek mempunyai fungsi sebagai berikut: untuk membedakan barang atau jasa produk satu dengan yang lainnya, sebagai jaminan mutu

¹ Lompoh Egia Nuansa Pinem,NiLuh Dwik Suryacahyani Gunad, AnalisisPenyelesaianSengketaTerhadapHakMerekAtasPutusanGeprekBensuMelawanIAm GeprekBensu, Jurnal Pacta Sun Survanda, Vol 2 No 1 Maret 2021, hal 25

serta agar terhindar dari persaingan usaha tidak sehat yang mencoba untuk membonceng reputasi pemilik merek serta sebagai sarana pemasaran dan periklanan dengan memasang iklan membuat masyarakat banyak mengetahui suatu merek tersebut, dengan media iklan pula sebuah merek dalam bentuk barang atau jasa dapat menggaet banyak konsumen agar tertarik kepada merek tersebut. Belakangan ini nilai sebuah merek semakin fantastis dikarenakan melabarnya suatu periklanan yang tidak hanya di lakukan dikanca nasional saja tetapi sampai internasional.

Dalam Pasal 1 butir (1) UU No 15 Tahun 2001 juncto UU No 20 tahun 2016 tentang Merek diberikan suatu definisi merek yaitu, tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan dalam perdagangan barang atau jasa. Ada seorang ahli yang bernama H.M.N Purwo Sujipto juga melontarkan pernyataan mengenai pengertian merek, yaitu sebuah symbol dimana simbol tersebut mempunyai ciri khas sendiri, yang dapat membedakan dengan barang lainnya yang satu jenis.²

Pengaturan tentang mereka ialah suatu hal dari luasanya ilmu hukum yang digunakan untuk mengantisipasi adanya kecurangan dalam persaingan usaha dalam hal meniru atau mencontoh. Suatu perlindungan merek pada awalnya hanya memberikan ketentuan bahwa pihak lain dilarang atau tidak diizinkan untuk memproduksi dan memperdagangkan kepada masyarakat barang yang menyerupai merek pihak lainnya yang telah diketahui masyarakat luas. Dengan berkembangnya merek menjadikan merek sesuatu yang begitu berharga, maka perlindungan hukum suatu merek pun mulai berkembang pula dan menjadikan suatu merek tanda yang diberikan pengakuan

² Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right), (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) h. 343.

kepemilikannya. Hal ini juga didukung oleh seorang ahli yang bernama David Haigh, beliau menyebutkan merek adalah sebuah hal yang menjadi pusat terbesar dari harga yang tidak berwujud di sebuah industri. Karena jika memakai kalkulator, suatu merek tetaplah menjadi sebuah harta bagi sebuah persahaan yang bernilai sangat besar, yang dimana hal ini menjadikan proteksi terhadap merek dalam persaingan usaha haruslah dimatangkan.³

Jika dikaitkan dengan Putusan No 4/Pdt.Sus.HKI/Merek/2019/PN Niaga Mdn bahwasanya Kesamaan merek dagang antara PT Pulau Ombak Indah sebagai penggugat dengan Raihana Heuer sebagai tergugat mengenai kesamaan merek dagang dengan nama Kandui Resort. PT Pulau Ombak Indah dengan merek dagangnya yakni Kandui Resort merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata, antara lain pengelolaan KANDUI RESORT yang telah beroperasi sejak tahun 2006 di Kepulauan Mentawai, Propinsi Sumatera Barat. Penggugat telah melakukan kegiatan usahanya dan memasarkan produk jasanya khususnya untuk kalangan peselancar dari Australia, Amerika Serikat dan Eropa. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Penggugat menggunakan merek KANDUI RESORT. Kandui resort merupakan penginapan untuk kalangan peselancar yang terletak di salah satu lokasi selancar terbaik di dunia. Sejak didirikan pada tahun 2006, KANDUI RESORT dengan cepat memperoleh reputasinya antara lain dengan bekerja sama dengan peselancar terkenal internasional dan berbagai media peselancar. Konsumen utama dari KANDUI RESORT berasal dari Australia, Amerika Serikat, Eropa dan berbagai negara lain.

³ Agung Indriyanto dan Irnie Mela Yusnita, Aspek Hukum Pendaftaran Merek, h. 1-2.

Dengan demikian, melalui hal yang penulis uraikan di atas, maka penulis berminat untuk membuat penelitian dengan judul **Tinjauan Hukum Penyelesaian Atas Sengketa Persamaan Merek(Studi Putusan No.4/Pdt.Sus.HKI/Merek/2019/PN Niaga.Mdn).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas maka penulis merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi pemegang merek terhadap kesamaan merek yang terjadi dengan merek dagang nya?
2. Bagaimana pertimbangan hakim dalam mengadili perkara persamaan merek pada putusan No.4/Pdt.Sus.HKI/Merek/2019/PN.Niaga.Mdn ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pemegang merek terhadap kesamaan merek yang terjadi dengan merek dagang nya.
2. Untuk mengetahui pertimbangan hakim dalam mengadili perkara persamaan merek pada putusan No.4/Pdt/Sus.HKI/Merek/2019/PN.Niaga.Mdn