

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) ialah nama resmi dari *Intellectual Property Rights* yaitu hak yang muncul sebagai hasil dari kreasi intelektualitas seseorang. Kreasi ini memiliki nilai ekonomi, sehingga berhak mendapatkan perlindungan serta pengakuan hukum dari Negara. HaKI mencakup hak yang diberikan kepada individu atas ide-ide dan ciptaannya dalam menciptakan produk, layanan atau proses yang bermanfaat bagi masyarakat. Keberadaan HaKI juga berfungsi untuk memotivasi dan merangsang minat, serta sebagai sarana untuk mendorong terciptanya inovasi dan ciptaan baru yang berkelanjutan.

Satu dari berbagai faktor Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) ialah Merek. Setiap barang yang dijual akan memiliki nama merek yang berbeda satu sama lainnya. Merek ialah sesuatu yang melekat pada suatu produk yang diperoleh oleh kemahiran penalaran individu yang diperhatikan dan dihormati oleh negara melalui hak kepemilikan yang terjamin, sehingga tidak sembarang orang sanggup memperoleh hak atas kekayaan intelektual. Atas dasar itulah, setiap individu semestinya sadar kalau merek perlu diberi perlindungan hukum¹. Merek sangat penting karena melindungi bisnis dari peniruan dan memastikan pelanggan menerima barang dan jasa berkualitas tinggi. Sebagai *a marketing and advertising device* yang memberi pengetahuan pada pelanggan terkait sebuah layanan ataupun produk, merek juga dapat berfungsi dalam kapasitas ini².

Sesuai dengan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 yang mengatur Merek, dijelaskan kalau merek mempunyai tugas yang cenderung dibutuhkan, terlebih untuk mengawasi kompetisi perdagangan di seluruh dunia. Merek dapat diterapkan sebagai cara untuk memperjelas asal usul atau sumber barang, menentukan derajat

¹ Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata, “*Hak Kekayaan Intelektual, Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, Dan Undang-Undang Yang Berlaku*”, Oase Media, 2010, Bandung, hlm. 15.

² Rahmi Jened, “*Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*”, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2015, hlm. 3.

atau mutu barang, dan juga kemurnian barang³. Hak suatu merek dilindungi oleh negara, Jika seseorang ingin diakui secara hukum sebagai pemilik merek, maka mereka wajib mendaftarkan merek mereka. Seseorang yang menanamkan suatu merek maka mempunyai hak pada merek tersebut⁴.

Berlandaskan pemikiran yang tercantum pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam era bisnis dagang saat ini, untuk memastikan persaingan perdagangan yang adil dan sehat di dunia bisnis, dengan demikian mendaftarkan merek adalah komponen yang cenderung dibutuhkan. Untuk konteks ini, mendaftarkan merek memberikan rasa aman bagi konsumen dan melindungi pemilik merek. (UMKM) bisa dilindungi dengan merek pada barang mereka serta usaha residensial, karena dengan pendaftaran merek yang sah, mereka mendapatkan jaminan hukum atas produk-produk yang mereka hasilkan. Apabila merek terdaftar tidak digunakan sesuai dengan Undang- Undang, maka pendaftaran merek tersebut akan dihapus⁵.

Seiring dengan kemajuan dan kebutuhan untuk perlindungan merek yang lebih kuat, Indonesia telah mengatur hal ini melalui serangkaian Undang-Undang. Awalnya, pengaturan mengenai merek dimulai dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 mengenai Merek Perusahaan serta Merek Perniagaan, yang menetapkan bahwa hak merek timbul pertama kali sejak merek tersebut digunakan. Namun, Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1992 terkait Merek direvisi untuk mengikuti perkembangan saat ini dan meningkatkan sistem perlindungan merek⁶. Perbaikan ini berguna untuk meningkatkan perlindungan terhadap hak-hak pemilik merek dan mempermudah proses pendaftaran merek, sekaligus menjamin hak-hak yang lebih jelas dan terstruktur bagi para pemilik merek di Indonesia.

Indonesia melakukan beberapa kali revisi terhadap Undang-Undang yang mengatur merek. Perubahan pertama dimulai dengan pengesahan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 yang setelahnya direformasi pada Undang-Undang Nomor

³ Ok. Saidin, “Aspek Hukum Intelektual”, PT Raja Grafindo Persada Jakarta, 2002, hlm. 329.

⁴ Muhamad Djumhana & R. Djubaedillah, “Hak milik Intelektual (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia)”, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm. 128.

⁵ Jisia Mamahit, “Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa”, Jurnal Lex Privatum Vol 1 No. 3, Universitas Sam Ratulangi, 2013, Manado, hlm. 13.

⁶ I Rahmi Jened, “Hukum Merek, (Trademark Law)”, Ctk. Kesatu, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, hlm. 15.

14 Tahun 1997, yang melakukan revisi terhadap aturan tentang Merek. Tidak lama setelah itu, untuk menyempurnakan regulasi dan memastikan keseragaman makna serta penegakan atas merek, Indonesia mengesahkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001⁷. Lima belas tahun setelahnya, Indonesia melakukan pembaruan lagi dengan mengesahkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait Merek serta Indikasi Geografis, yang merupakan peraturan terbaru yang memperbarui dan meningkatkan persyaratan untuk perlindungan merek serta indikasi geografis.

Melalui pengaturan yang mengawasi hak pada merek di Indonesia, maka hanya pihak yang berwenang yang memiliki merek yang sah, sekaligus mencegah adanya tiruan atau pemalsuan merek. Dengan demikian, pemilik merek asli tidak akan mengalami kerugian, seperti penurunan jumlah penjualan atau distribusi produk yang terganggu. Di sisi lain, persaingan merek yang semakin ketat menimbulkan dampak baik maupun dampak buruk. Jika persaingan ini dilindungi secara hukum, maka dapat berdampak positif, seperti memberikan keuntungan bagi para pihak tanpa merusak pesaing lain. Dengan persaingan yang sehat ini akan mendorong peningkatan kualitas produk, barang, atau layanan, pada akhirnya baik produsen maupun pengguna akan mendapat manfaat. Hal ini menghasilkan lingkungan bisnis yang lebih efisien dan saling menguntungkan.

Dalam kasus Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst Penggugat adalah satu dari berbagai perusahaan grup *Bosh* yang merupakan perusahaan ternama di Amerika Serikat yang memproduksi dan memperdagangkan barangnya ke berbagai negara. Memproduksi berbagai jenis amplifier, mikrofon, peralatan audio, speaker dan sejenisnya dengan Merek “EV dan Logo” dan “*Electro-Voice*” yang digunakan penggugat agar dapat membedakan hasil produksinya dengan hasil produksi lainnya. Penggugat merupakan pemilik dan pendaftar pertama merek “EV” di negara Amerika Serikat dengan nomor pendaftaran 597559 tanggal penerimaan 26-01-1953, tanggal pendaftaran 02-11-1954 dan sudah mendaftarkan mereknya diberbagai negara. Tergugat dengan berprilaku yang tidak baik telah melakukan pengajuan permohonan pendaftaran atas merek “EV” tanpa meminta persetujuan atau sejin penggugat dengan nomor

⁷ *Ibid*, hlm. 16.

pendafatran IDM000796912 yang secara substansial memiliki kemiripan dengan merek terkenal yaitu penggugat, dengan jelas menunjukkan bahwa tergugat secara sengaja meniru nama tipe atau jenis produk penggugat. “Pada sistematika hukum *common law*, membongceng merek atau *passing off* adalah sebuah perbuatan kompetisi tidak sehat (*unfair competitions*), mempengaruhi pemilik merek lainnya yang telah mendaftarkan merek tersebut mengalami kerugian karena secara tidak sah mejiplak merek tersebut untuk mendapatkan keuntungan finansial”⁸. Mengacu pada latar belakang yang sudah diuraikan sebelum itu periset merasa ingin dalam melaksanakan studi yang dibentuk dengan skripsi berjudul “Tinjauan Yuridis Terhadap Merek Terdaftar Pada Sengketa Merek Persamaan Pada Pokoknya (Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst)”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaturan Pendaftaran Merek Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dikaitkan dengan Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst ?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Merek terdaftar yang memiliki Persamaan Pada Pokoknya dikaitkan dengan Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus- HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst ?
3. Bagaimana Pertimbangan Hakim dalam Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst ?

⁸ Nur Hidayati, “Perlindungan Hukum Pada Merek Yang Terdaftar”, Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No 3 Desember 2011, Politeknik Negeri Semarang, 2011, Semarang, hlm. 180.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaturan Pendaftaran Merek Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dikaitkan dengan Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst
2. Untuk Mengetahui Perlindungan Hukum Terhadap Merek terdaftar yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya dikaitkan dengan Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus-HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst
3. Untuk Mengetahui Pertimbangan Hakim dalam Putusan Nomor : 83/Pdt.Sus- HKI/MEREK 2023/PN Niaga Jkt.Pst