

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Unichemcandi Indonesia adalah perusahaan yang melakukan produksi pada mineral khusus serta bahan kimia untuk industri minyak dan gas, pertambangan dan jasa terkait lainnya untuk berbagai industri. PT. Unichemcandi Indonesia merupakan salah satu produsen garam terbesar di Indonesia. Perusahaan tersebut juga telah mendaftarkan merek dagang miliknya, salah satu merek dagangnya yang terkenal ialah DAUN dan menjadi pemegang sah etiket merek DAUN + LUKISAN dengan nomor pendaftaran IDM000375760 serta DAUN dengan nomor pendaftaran IDM000296290 untuk produk garam meja.

Sebelumnya, PT. Unichemcandi Indonesia menemukan adanya kejanggalan saat menemukan suatu produk barang dengan jenis yang sama menggunakan logo dan nama merek yang sama dengan miliknya. Melihat hal tersebut, PT. Unichemcandi Indonesia lantas melakukan pengecekan terhadap merek yang dinilai sama dengan miliknya dan hasil yang ditemukan ialah bahwa terdapat kesamaan logo, nama, hingga kelas pada merek tersebut. Informasi tersebut didapatkan melalui pengumuman permohonan pendaftaran merek “Cap Pucuk DAUN + LUKISAN” dengan nomor D002016024372 tertanggal 23 Mei 2016 atas nama Rudy Mulyanto

yang diumumkan dalam berita Resmi Merek Nomor 52A/XII/A/2018 pada tanggal 26 Desember 2018 hingga 26 Maret 2019.

Dilihat dari permasalahan di atas, Kementerian Hukum dan HAM selaku lembaga yang bertanggung jawab atas pendaftaran merek terbukti luput dalam memproses pendaftaran merek. Padahal apabila dilihat dari segi hukum positif yang ada di Indonesia, berlaku Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Kementerian Hukum dan HAM merupakan salah satu organ negara yang memiliki peran sebagai pelayan publik dan sudah pasti bertanggung jawab pada konstitusi. Sudah sepatutnya bagi Kementerian Hukum dan HAM selaku lembaga negara yang memiliki wewenang serta tanggung jawab dalam pendaftaran merek untuk dapat memproses pendaftaran merek dengan baik dan benar sesuai peraturan yang ada. Faktanya dalam penerapannya kerap terjadi kesalahan-kesalahan fatal yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM hingga harus berujung di meja hijau, seperti yang terjadi pada kasus yang menimpa PT. Unichemcandi Indonesia.

Barang maupun jasa yang tersebar di pasaran memiliki identitas pribadi yang kemudian dinamakan sebagai merek. Hal tersebut dimaksudkan agar para konsumen dapat mengenali suatu produk barang ataupun jasa, seperti darimanakah barang atau jasa tersebut berasal hingga

bagaimanakah kualitas dari barang tersebut, yang mana hal-hal tersebut dapat diidentifikasi melalui merek. Merek dapat dikatakan sebagai suatu tanda pengenal serta tanda pembeda yang pada akhirnya dapat memberikan gambaran mengenai jaminan kepribadian (*individuality*) terkait reputasi barang ataupun jasa yang merupakan hasil suatu usaha pada waktu diperdagangkan¹. Bahkan merek sendiri dianggap sebagai suatu “roh” untuk sebuah produk barang atau jasa². Dari sini kita sudah dapat menilai bahwa merek merupakan suatu identitas yang sangat penting pada suatu barang atau jasa ketika masuk di pasaran. Sekilas memang terkait dengan permasalahan merek ini terlihat sederhana, seperti hanya cukup mendaftarkannya melalui Kementerian Hukum dan HAM kemudian memasarkan produknya, akan tetapi terdapat aturan yang perlu diperhatikan serta dipahami agar kemudian dalam penerapannya tidak menimbulkan suatu permasalahan.

Terkait dengan pengaturan merek sendiri yang terdapat di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis setelah sebelumnya mengalami beberapa perubahan mulai dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, serta yang terakhir Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Segala hal terkait dengan masalah merek

¹ Wiratmo Dianggoro. 1997. “Pembaharuan UU Merek dan Dampaknya bagi Dunia Bisnis”. artikel pada *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol 2 hal. 34

² Insan Budi Maulana. 1997. “Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta”. (Bandung: Citra Aditya Bakti). hlm 60

seperti lingkup merek hingga tata cara pengajuan permohonan pendaftaran merek diatur dalam undang-undang ini. Undang-undang kemudian memberikan pengaturan terhadap merek agar dalam penerapannya di kemudian hari tidak menimbulkan konflik antar pelaku bisnis, seperti contohnya “pembajakan” merek antar satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya yang secara hak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan suatu hak eksklusif yang telah diberikan oleh negara kepada si pemilik merek dalam jangka waktu tertentu, baik untuk digunakan sendiri ataupun untuk diberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya. Yang demikian dimaksudkan untuk memberikan perlindungan terhadap merek yang ada secara khusus mengingat bahwa merek merupakan suatu sarana identifikasi individual pada sebuah barang atau jasa dan merupakan “jiwa” dari suatu bisnis, yang sangat bernilai bila dilihat melalui berbagai aspek³.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan pengaturan hingga batasan-batasan yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis apabila hendak mendaftarkan merek ciptaannya sebagai salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) pada Kementerian Hukum dan HAM. Bahkan Kementerian Hukum dan HAM sendiri juga

³ Prasetyo Hadi Purwandoko., 2007. *Selayang Pandang Hak Cipta, Merek, dan Paten*. Makalah. Disampaikan dalam Pembinaan Hak Kekayaan Intelektual/Merek dagang bagi Industri Kecil/Menengah di Ruang Sidang Gedung Hapsari, 13 Juni 2007, Kerjasama Pusat Pengembangan dan Pelayanan HKI Lembaga Penelitian dan Pengabdian UNS dan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Penanaman Modal Sukoharjo. hlm 14

memiliki peraturan tersendiri mengenai pendaftaran merek yang dikeluarkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia yakni Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek guna memperjelas mekanisme pendaftaran merek.

Dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 sudah sepatutnya para pelaku bisnis yang hendak mendaftarkan merek miliknya memahami substansi dan menerapkan dengan sebijak-bijaknya. Mengingat persaingan usaha yang semakin ketat membuat para pelaku bisnis harus berusaha sekeras mungkin untuk mempromosikan hingga memasarkan produk dengan merek milik masing-masing. Tak jarang akhirnya terdapat merek yang dapat berjaya hingga dibanjiri permintaan konsumen serta banyak pula merek yang pelan-pelan harus tersingkirkan dari daftar merek yang diminati di pasaran akibat berbagai faktor.

Pada akhirnya banyak pelaku bisnis bertindak curang dengan mengambil “jalan pintas” secara melawan hukum demi menunjang kepentingannya, seperti salah satunya dengan meniru hingga memalsukan merek ternama yang ada di pasaran. Padahal sudah jelas bahwa tindakan tersebut merupakan tindakan yang dilarang keras dalam undang-undang. Perbuatan tersebut juga melanggar hak eksklusif merek yang diberikan

negara kepada si pemilik merek. Tentunya perbuatan seperti ini sangat merugikan pemilik asli dari merek yang ada mengingat butuh usaha keras serta waktu yang tidak singkat untuk menjadikan merek yang dimiliki menjadi besar apalagi hingga terkenal.

Indonesia sebagai negara hukum sesuai dengan yang termaktub dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 1 ayat 3 secara tegas memberitahukan bahwasannya Indonesia merupakan negara yang menjadikan hukum sebagai salah satu landasan fundamental dalam bernegara. Berbagai aspek diatur hukum yang berlaku guna memberikan keadilan, kepastian, serta kemanfaatan dalam kehidupan bernegara di Republik Indonesia sesuai dengan teori tiga tujuan hukum menurut Gustav Radbruch. Hal yang demikian dimaksudkan agar keberjalanan negara baik dari lingkup mikro hingga makro dapat berjalan dengan tertib dan sesuai dengan koridor yang berlaku.

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami segala hal yang dilakukan di Indonesia bahkan di dunia sekalipun terdapat hukum yang mengatur. Terkhusus dalam pembahasan ini mengenai merek, bahwa sudah jelas terdapat regulasi yang mengaturnya. Di Indonesia kita mengenal Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, di dunia sendiri dikenal *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs)* yakni berupa kesepakatan yang dihasilkan dari konferensi di Den Haag tahun 1994. Namun sangat disayangkan masih

banyak oknum yang berani melanggar aturan yang ada hanya demi kepentingannya. Pun bagi Kementerian Hukum dan HAM yang memiliki wewenang dalam pendaftaran merek kerap luput dalam memeriksa serta menerima merek-merek yang didaftarkan pada lembaga tersebut, padahal sudah jelas terdapat undang-undang tentang merek, bahkan Kementerian Hukum dan HAM memiliki aturan tersendiri terkait pendaftaran merek.

Melalui permasalahan di atas penulis kemudian tertarik meneliti untuk dapat menemukan jawaban atas tanggung jawab Kementerian Hukum dan HAM terkait wewenangnya dalam memproses pendaftaran merek dan juga dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek terdaftar. Penulis kemudian mengangkat judul yang dapat memberikan gambaran secara umum dalam pembahasan ini yaitu “PERLINDUNGAN HUKUM MEREK TERDAFTAR DALAM DAFTAR UMUM MEREK TERHADAP PENDAFTARAN MEREK YANG MEMILIKI PERSAMAAN PADA POKOKNYA (STUDI KASUS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 1064 K/Pdt.Sus-HKI/2019)”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Sejauh mana kewenangan Direktorat Jenderal HKI pada Kementerian Hukum dan HAM terhadap pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang telah terdaftar?

2. Bagaimana perlindungan merek terdaftar terhadap persamaan pada pokoknya sebagaimana dalam kasus PT. Unichemcandi Indonesia melawan Rudy Mulyanto dan Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia *cq.* Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual *cq.* Direktorat Merek dan Indikasi Geografis?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dengan jelas sejauh mana kewenangan Direktorat Jenderal HKI terkait pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang telah terdaftar.
2. Mengetahui bagaimana perlindungan serta pengawasan hukum pada merek yang telah terdaftar mengenai persamaan pada pokok merek sesuai aturan yang berlaku.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah dari segi teoritis serta praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini pada akhirnya dapat menjadi salah satu referensi di bidang hukum bisnis berkaitan tentang masalah merek. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjawab pertanyaan mengenai kewenangan dan juga tanggung jawab Ditjen HKI pada

Kementrian Hukum dan HAM terhadap merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis yang memiliki merek baik yang telah didaftarkan maupun yang baru hendak didaftarkan, dapat memberikan pemahaman mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan pendaftaran merek juga hal-hal yang perlu dihindari beserta memahami hak serta tanggung jawab apa saja yang perlu dipahami sebagai pemilik merek.
- b. Bagi masyarakat luas, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan acuan dalam memahami ketentuan-ketentuan yang wajib diperhatikan dalam pendaftaran merek sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini menekankan pada peraturan yang berlaku di Indonesia sebagai sumber utama dalam membahas permasalahan yang ada.

1.5.2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan ialah deskriptif analitis dengan penelitian kepustakaan yang melakukan perbandingan dalam studi kepustakaan melalui buku maupun karya ilmiah lain yang berkaitan juga undang-undang yang berlaku sebagai landasan guna menemukan jawaban atas persoalan yang diangkat.

1.5.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah merupakan data sekunder, yang kemudian digolongkan menjadi sumber hukum primer dan sumber hukum sekunder

1) Sumber Hukum Primer

Sumber Hukum Primer merupakan data utama yang dijadikan bahan mendasar dalam memecahkan persoalan dalam penelitian ini. Adapun data primer yang digunakan ialah:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek
3. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 29 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik
Indonesia

4. Putusan Pengadilan Niaga Semarang Nomor 6/Pdt.Sus-HKI/2019/PN Smg.
5. Putusan Mahkamah Agung Nomor 1064 K/Pdt.Sus-HKI/2019

2) Sumber Hukum Sekunder

Sumber Hukum Sekunder merupakan sumber data yang digunakan untuk menunjang sumber hukum primer dalam menjawab suatu persoalan dalam penelitian ini. Data sekunder yang diangkat berupa literatur-literatur relevan dengan pembahasan yang dilakukan. Adapun data sekunder yang digunakan ialah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian atau karya ilmiah;
- b. Tulisan atau pendapat hukum para sarjana;
- c. Buku yang disusun oleh pakar hukum.

1.5.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan melakukan observasi secara tidak terstruktur melalui literatur-literatur yang membahas persoalan sejenis. Kemudian hasil dari observasi tersebut dikaitkan dengan sumber data primer yang digunakan.

1.5.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang nantinya akan dilakukan ialah secara kualitatif dengan analisa secara menyeluruh terhadap permasalahan yang dibahas menggunakan fakta yang ada dan juga logika hukum.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian hukum ini akan disusun sebagai penulisan hukum berupa skripsi yang mengacu pada Buku Panduan Tugas Akhir Penulisan Hukum Program Sarjana (S1) Fakultas Hukum Universitas Diponegoro. Penyusunan skripsi terbagi menjadi 4 (empat) bab dengan uraian sistematika, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab I berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian (memuat metode pendekatan, spesifikasi penelitian, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data), dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II berisi tinjauan umum yang kemudian dijelaskan hal-hal berkaitan dengan merek yang digunakan sebagai landasan teori dalam menjawab persoalan yang akan diteliti. Adapun hal-hal tersebut ialah penjelasan mengenai tinjauan umum tentang Hak Kekayaan Intelektual

(Intellectual Property Rights), tinjauan umum mengenai Hak Cipta, serta tinjauan umum terkait Merek.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab III berisi uraian yang menjawab dan membahas permasalahan yang diteliti terkait dengan persoalan pendaftaran merek melalui studi kasus PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 1064 K/Pdt.Sus-HKI/2019 yang didapatkan melalui studi pustaka maupun studi lapangan, serta analisa menggunakan teori-teori pendukung terkait pendaftaran merek termasuk perundang-undangan yang berlaku sebagai landasan dalam menerapkan hukum.

Bab IV Penutup

Bab IV berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis serta berisi saran atau rekomendasi yang dapat berguna bagi para pihak.