

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara yang terkena arus Globalisasi paling pesat Di zaman modern seperti sekarang ini, globalisasi bukanlah istilah yang asing lagi bagi kita, hal tersebut seperti sudah mendarah daging karena setiap aktivitas, makanan, pakaian dan gaya hidup kita sudah terpengaruh oleh peradaban global. Globalisasi adalah suatu fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak terus dalam masyarakat global. Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi ini. Globalisasi menyentuh seluruh aspek penting kehidupan serta menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab dan dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk kepentingan kehidupan.

Indonesia sendiri mengalami banyak perubahan dengan adanya globalisasi diantaranya pola hidup konsumtif perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang kebutuhan masyarakat melimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada. Selain itu juga kesenjangan sosial. Apabila dalam suatu komunitas masyarakat hanya ada beberapa individu yang dapat mengikuti arus globalisasi maka akan memperdalam jurang pemisah antara individu dengan individu lain yang stagnan. Hal ini menimbulkan kesenjangan sosial. Dimana banyak masyarakat dari kalangan remaja maupun dari semua kalangan akan berloma-lomba mengikuti arus globalisasi dimana mereka akan menggunakan berbagai macam cara untuk tampil sesuai jaman

mengikuti perkembangan fashion. Mereka tidak akan peduli menggunakan barang palsu hanya untuk menunjang penampilan mereka karena prinsip masyarakat Indonesia dengan adanya pengaruh globalisasi yang pesat ini bagaimana mengikuti fashion dengan tetap mengikuti pasar yang ada yaitu satu-satunya cara adalah dengan menggunakan barang palsu dengan kualitas yang rendah .

Selain itu banyak pengusaha yang memanfaatkan hal ini dengan cara berbuat curang dimana mereka akan membuat suatu produk meniru dari merek terkenal yang menyerupai produk aslinya dari segi design secara menyeluruh bahkan namanya pun sama yang membedakan adalah kualitas dari produk tersebut. Padahal menirukan merek tersebut salah namun masih banyak pengusaha-pengusaha tidak memperdulikan hal tersebut karena demi memenuhi permintaan pasar yang ingin tetap terlihat modis tapi dengan biaya yang murah dan demi memenuhi trendi masyarakat.

Hak atas Kekayaan Intelektual atau juga dikenal dengan HKI merupakan terjemahan atas istilah *Intellectual Property Right (IPR)*. Istilah tersebut terdiri dari tiga kata kunci, yaitu, yaitu hak, kekayaan dan intelektual. Kekayaan merupakan abstraksi yang dapat dimiliki, dialihkan, dibeli, maupun dijual. Adapun kekayaan intelektual merupakan kekayaan atas segala hasil produksi kecerdasan daya pikir seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, gubahan lagu, karya tulis, karikatur, dan seterusnya. Terakhir, Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak-hak (wewenang /kekuasaan) untuk berbuat sesuatu atas kekayaan intelektual tersebut, yang diatur norma-norma atau hukum-hukum yang berlaku.

Hak Kekayaan Intelektual sangat penting untuk kesejahteraan umat manusia. Meski terus ada upaya pengurangan angka tarif dan kuota secara gradual dalam

rangka mempercepat terbentuknya perdagangan bebas, jika produk impor barang dan jasa dibiarkan bebas diduplikasi dan diproduksi secara illegal, ini merupakan beban berat bagi pelaku perdagangan bebas (Sutedi,2013:6)

Hak Kekayaan Intelektual awalnya mencakup 2 konsep Pelanggaran HKI yang terjadi lain juga karena (saat itu) Dewan Perwakilan Rakyat belum menyelesaikan undang-undang tentang HKI serta ketidakpahaman aparat hukum dan masyarakat tentang hal tersebut. Hak cipta yang sering dijiplak itu, antara lain karya film, musik, program komputer, dan buku besar (Sutedi,2013:8) Selain hak cipta (*copyright*) dan Hak Paten yang diatur secara terpisah. Istilah Intlektual dalam HKI berarti hak cipta melindungi hasil kecerdasan, pikiran, dan ungkapan atau renungan manusia yang menjelma dalam bentuk buku, lagu,atau film. Sementara hak paten mencakup temuan dan teknologi, kerja yang dikerahkan untuk membuat barang baru. Asumsinya hak cipta selalu berkenaan dengan uang, karena untuk merancang, membuat, memperbanyak,dan memasarkan sebuah karya cipta diperlukan uang. Para pemenang hak cipta tentu mengharapkan uang yang ditanamnya akan kembali.

Hak Kekayaan Intlektual selain mencakup hak paten dan hal cipta juga mencakup tentang merek, agar dapat dilindungi sebagai merek, suatu tanda harus memenuhi ketentuan yang disebutkan dalam definisi merek pada pasal 1 angka (1) UU No 20/2016. Berdasarkan ketentuan tersebutmerek didefinisikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram,atau kombinasi dari dua atau lebih unsure tersebut untuk membedakan

barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa (Indriyanto,2017:48).

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki perananan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek (dengan *brand image*-nya) dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas. Oleh karena itu, merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya baik perorangan maupun perusahaanya (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses.

Indonesia kerap kali terjadi sengketa merek mengenai klaim atas merek, persamaan merek pada pokoknya atau pada keseluruhannya, peniruan merek terkenal dan lain-lain Pengaturan terhadap merek dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam Pasal 100 ayat(1) yang menyatakan bahwa “setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa sejenis yang di produksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)” dan Pasal 100 ayat (2) menyatakan “ setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokonya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk baran dan/atau jasa sejenis yang diprosuksi dan/atau diperdagangkan, dipidana penjara paling lama 4

(empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) tentang merek dan indikasi geografis

Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali pertumbuhan industri pariwisata di Pulau Bali mendorong Kota Denpasar menjadi Pusat kegiatan bisnis dan menempatkan kota ini sebagai daerah yang memiliki pendapatan perkapita dan pertumbuhan tinggi di Provinsi Bali. Selain itu Denpasar adalah pusat pemerintahan, pusat perdagangan pusat pendidikan, pusat industry, pusat dan pusat pariwisata dan ditetapkan sebagai kota madya selain itu Denpasar juga menjadi pusat pembelanjaan di Bali dengan banyaknya shopping mall dan pertokoan yang ada di daerah Denpasar, maka dari itu banyak masyarakat yang tinggal di kota Denpasar mengikuti trend fashion dari kota-kota besar lainnya karena kebutuhan ini memaksa masyarakat untuk tampil semaksimal mungkin tanpa memperdulikan keaslian produk tersebut yang terpenting bagaimana bisa tetap terlihat modis dengan menggunakan suatu brand, karena dengan menggunakan brand tertentu menunjukkan masyarakat sarta atas Kota Denpasar maka dari itu banyak terjadi penyalpangan merek karena kebutuhan masyarakat akan brand, banyak pihak yang memanfaatkan hal ini dengan menirukan brand tertentu.

Selain itu banyak pengusaha yang memanfaatkan hal ini dengan cara berbuat curang dimana mereka akan membuat suatu produk meniru dari merek terkenal yang menyerupai produk aslinya dari segi design secara menyeluruh bahkan namanya pun sama yang membedakan adalah kualitas dari produk tersebut. Padahal menirukan merek tersebut salah namun banyak pengusaha-pengusaha tidak memperdulikan hal tersebut karena demi memenuhi permintaan pasar yang

ingin tetap terlihat modis tapi dengan biaya yang murah dan demi memenuhi trenddi masyarakat. Seperti data sengketa merek yang terjadi Polda Bali

Tabel

Data kasus sengketa merek 2016-2018 di Polda Bali

NO	Tahun	Jumlah	Jenis Pelanggaran
1	2016	1	Pemalsuan Merek
2	2017	1	Pemalsuan Merek
3	2018	26	Pemalsuan Merek

Sumber :Data Registrasi Polda Bali

Dari hasil observasi awal yang dilakukan di Polda Bali, terkait dengan penyelesaian sengketa merek dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Dari tahun 2016 ke 2017 tidak terlalu mengalami peningkatan sedangkan dari 2017 ke 2018 mengalami peningkatan yang signifikan. Banyaknya kasus mengenai merek saat ini semkin meningkat. Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran pihak kepolisian dalam menangani kasus penyelesaian sengketa yang terjadi di Kota Denpasar dan bagaimana tindak lanjut dari pihak kepolisian dalam kasus ini.

Dari 26 data yang ada, dapakan adanya peraturan at diambil salah satunya contoh kasus sengketa merek yang saya dapatkan di Polda Bali yaitu pada tahun 2018 salah satunya adalah tentang merek Billabong yaitu celana pendek pantai dimana celana pendek Billabong tersebut ditirukan.

Dari contoh kasus diatas masih banyak pelanggaran merek yang terjadi di Bali khususnya di Kota Denpasar dimana banyak masyarakat yang awam akan adanya peraturan yang mengatur tentang merek yaitu pasal 100 dan 102 ayat (1)

dan (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis masih saja terjadi peniruan merek sedangkan diaturannya sudah jelas-jelas melarang. Dimana dalam implementasinya banyak kasus sengketa merek yang hanya berlangsung di Polda saja tapi tidak berlanjut sampai Pengadilan.

Dengan maraknya kasus pelanggaran merek, rekomendasi peneliti adalah alternatif penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi seperti yang terjadi di Polda Bali sehingga urgent untuk dilakukan penelitian, dengan demikian peneliti mengambil judul **“IMPLEMENTASI PENYELESAIAN SENGKETA MEREK SECARA LITIGASI DI WILAYAH KOTA DENPASAR”**

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH PENELITIAN

Permasalahan yang peneliti ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Sebanyak 25% merek yang sama muncul dipasaran sehingga perusahaan harus memenangkan *branding strategy*.
2. Adanya pihak-pihak yang mengambil keuntungan hak atas merek.
3. Rendahnya tingkat pemahaman masyarakat tentang arti dan fungsi hak merek, sikap dan keingiinan memperoleh keuntungan dagang.
4. Tahun 2018 terjadi tingginya angka pelanggran hak merek terhadap merek Billabong, berindikasi terhadap alternatif penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi.

1.3 PEMBATAHAN MASALAH

Pembatasan-pembatasan pada pembahasan terhadap permasalahan diatas sangat diperlukan untuk mendapatkan kejelasan yang lebih terarah.

Berdasarkan hal tersebut, maka permasalahan yang dapat dilihat yaitu mengenai implementasi penyelesaian sengketa merek secara litigasi di wilayah kota Denpasar.

1.4 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi oleh penulias adalah sebagai berikui :

1. Bagaimana implementasi penyelesaian sengketa merek di wilayah kota Denpasar?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap pelaku pelanggran hak merek di wilayah kota Denpasar?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian mengenai implementasi penyelesaian sengketa hak atas merek terdaftar ditinjau berdasarkan UU No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis di Polda Bali mempunyai tujuan sebagai berikut:

a Tujuan Umum

Untuk mengetahui bagaimana implementasi penyelesaian sengketa merek secara litigasi di wilayah kota Denpasar berdasarkan Undang-Undang merek dan Indikasi Geografis No 20 Tahun 2016 .

b Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi penyelesaian sengketa merek diwilayak kota denpasar dan perlindungan merek terhadap pelaku usaha ditinjau dalam sistem hukum merek dan indikasi geografis UU No 20 Tahun 2016 dan memahami lebih jelas akibat hukum terhadap pelanggaran pemalsuan merek bagi pelaku usaha.

2. Memahami lebih jelas mengenai akibat hukum terhadap pelanggaran pemalsuan merek terkenal bagi pelaku usaha. Untuk memberikan masukan mengenai optimalisasi penerapan pemalsuan merek terkenal yang ada di Indonesia.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar pengembangan ilmu pengetahuan sumbangsih positif dalam pengaturan khususnya terhadap pelaku usaha dalam sistem hukum Hak Merek, yaitu merek terkenal berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang merek dan indikasi geografis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Menambah wawasan penulis mengetahui implementasi penyelesaian sengketa merek secara litigasi di wilayah kota Denpasar

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan ilmu pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan merek, bahwa merek di Indonesia aturan bagi pelaku usaha juga memiliki hak yaitu berupa hak Merek.

c. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam praktek hukum kedepannya di Indonesia terutama peningkatan pemahaman tentang penerapan hak merek bagi

pelaku usaha berdasar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografi.

d Bagi Peneliti Sejenis

Bagi peneliti sejenis dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang sama dan lebih lanjut dalam bidang yang sama bagi peneliti selanjutnya.

