

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya perdagangan antar negara ditandai dengan membaiknya sarana transportasi yang mengakibatkan pemasaran barang menjadi luas dan pemasaran dari suatu produk sampai melewati batas-batas negara. Dengan semakin berkembangnya perdagangan maka akan menyebabkan berbagai macam permasalahan mengenai perdagangan yang akan mungkin muncul nantinya, salah satunya seperti permasalahan dalam perlindungan hukum terhadap merek dagang. Sehingga untuk menjamin perlindungan hukum terhadap merek dagang secara Internasional maka pada tahun 1883 di Paris, London, Stocholm *Right* dan padatahun 1994 Indonesia menandatangani Pembentukan *World Trade Organisation (WTO)* sebagai konsekuensi keikutsertaan pemerintah dalam putaran Uruguay (1986-1993) dan sebagai negara peserta dalam penandatanganan persetujuan tersebut (Astarini,2009:22).

Aturan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) diatur dalam salah satu agenda WTO yakni *agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Including Trade in Counterfeit Goods (TRIPs)* yang didasarkan pada pertimbangan bahwa perdagangan barang-barang palsu yang merupakan hambatan dalam perdagangan dengan persaingan sehat. Namun apabila pelaksanaan dan penegakan HKI yang tidak benar maka termasuk

tindak penyalahgunaan HKI yang dapat menjadi hambatan perdagangan. HKI pada umumnya berhubungan dengan perlindungan penerapan ide dan informasi yang memiliki nilai komersial yang juga berarti hasil dari pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, desain, seni, karya tulis atau penerapan praktis suatu ide. Sehingga dapat meningkatkan perlindungan yang efektif dan memadai terhadap HKI serta untuk menjamin agar tindakan dan prosedur untuk menegakkan HKI tidak kemudian menjadi penghalang bagi perdagangan yang sah (Sutedi, 2013:47).

Di Indonesia, pengaturan HKI sudah diatur dalam perundang-undangan nasional seperti: Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang mengatur tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 yang mengatur tentang Hak Paten, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2001 yang mengatur tentang Rahasia Dagang, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 yang mengatur tentang Hak Desain Industri, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 yang mengatur tentang Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.

Merek juga bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang diberikan oleh pemiliknya atas benda yang tidak berwujud, misalnya berupa nama atau logo untuk membedakan barang/jasa satu sama lain. Dengan merek suatu barang dapat mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat karena dengan Merek, suatu produk barang atau jasa dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya, serta jaminan keasliannya. Pemilik merek berhak atas adanya perlindungan merek yang dimilikinya karena mereka telah berusaha

melakukan upaya-upaya demi membesarkan Merek yang mereka gunakan (Rafianti,2013:1).

Berbagai instrumen hukum baik internasional maupun nasional sudah mencoba memformulasikan perlindungan merek sebagai bagian dari HKI, baik itu mengenai hak eksklusif bagi pemilik Merek maupun bagi konsumen. Selain itu konvensi dan peraturan perundang-undangan yang ada bertujuan untuk menjamin keseimbangan antara kepentingan antar pihak yakni produsen, konsumen, serta pelaku usaha. Hukum nasional tidak akan bisa terlepas dari pengaruh hukum internasional, demikian juga dalam aturan mengenai Merek yang ada di Indonesia. Berbicara mengenai perkembangan hukum Merek di Indonesia, terdapat perjalanan yang panjang dari awal zaman kolonial hingga zaman saat ini. Saat masih di bawah kekuasaan Belanda, Hindia Belanda berlaku aturan *Reglement Industrieële Eigendom* tahun 1912. Setelah Indonesia merdeka, dibentuk beberapa peraturan perundang-undangan di bidang Merek antara lain, Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas UU No. 19 tahun 1992 tentang Merek (Rafianti,2013:3).

Pada perkembangannya, di forum internasional terdapat perubahan signifikan dalam perdagangan yaitu dengan terbentuknya World Trade Organization (selanjutnya disebut WTO) tahun 1995. WTO membuat ketentuan tentang perdagangan di bidang HKI yaitu *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights* (selanjutnya disebut persetujuan TRIPs), hal ini

berpengaruh bagi negara yang meratifikasi persetujuan pembentukan WTO tidak terkecuali Indonesia. Pada tahun 2001 dibentuklah Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai penyesuaian dengan persetujuan WTO (Rafianti,2013:1).

Perkembangan perdagangan yang semakin luas ini menyebabkan maraknya peredaran merek palsu. Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek, dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur tentang hak merek yang pada awalnya diatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang diamandemen menjadi Undang-Undang No 20 Tahun 2016 dimana Pertimbangan ini sendiri mencakup bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensiekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti, dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu peraturan perundang-undangan di bidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih memadai.

Mengingat masalah Merek terkait erat dengan faktor ekonomi, dalam Undang-Undang ini sanksi pidana denda diperberat. Salah satu hal yang diatur dalam Undang-Undang ini adalah tentang Indikasi Geografis. Indikasi Geografis merupakan potensi nasional yang dapat menjadi komoditas unggulan, baik dalam perdagangan domestik maupun internasional. Oleh karena itu, Undang-Undang ini ditetapkan dengan nama Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. ([www.jogloabang.com](http://www.jogloabang.com)).

Di zaman modern ini, salah satu jenis industri HKI yang tumbuh pesat dan secara nyata memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara adalah industri sepatu/sandal, baju, tas, jam tangan, jaket, celana dan aksesoris lainnya. Karena tumbuhnya peningkatan gaya hidup masyarakat akan penampilan. Hal ini memberikan peluang yang sangat besar dan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha produsen dengan mengeluarkan berbagai jenis merek yang dikeluarkan di Indonesia maupun diluar Indonesia. ([e-journal.uajy.ac.id](http://e-journal.uajy.ac.id)).

Contohnya para pelaku produsen sepatu bermerek yang beredar luas dipasaran industri di Singaraja sekarang ini berasal dari luar negeri maupun dalam negeri. Sepatu bermerek yang sedang populer dikalangan masyarakat Singaraja saat ini seperti Puma, Macbeth, DC Shoes, Reebok, Converse, Asics, New Balance, Vans, Nike, Adidas & masih banyak lagi berlomba-lomba menarik perhatian dan minat konsumen untuk membeli produknya.

Produk industri sepatu juga sangat kompetitif dalam jenis maupun bentuknya misalnya sepatu running, sepatu pantofel, sepatu boot, sepatu futsal, sepatu sneakers, high heels, flat shoes, wedges, dan lainnya ditambah dengan keberagaman warna yang bermacam-macam, kecanggihan teknologi, dan merek sebagai pembeda suatu brand image tentunya. (e-journal.uajy.ac.id).

Merek menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan seringkali merek yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut. Merek yang sudah menjadi terkenal dan laku di pasar tentu saja akan cenderung membuat produsen atau pengusaha lainnya memacu produknya bersaing dengan merek terkenal, bahkan dalam hal ini akhirnya muncul persaingan tidak sehat. Salah satu penggunaan merek terkenal yang sering dipakai untuk memproduksi barang tiruan atau palsu (Damian, 2003:131).

Citra merek berpengaruh dalam niat membeli suatu produk bagi konsumen banyak konsumen mementingkan citra merek dalam memilih produk. Citra merek yang baik menunjukkan kualitas dari produk tersebut. Citra suatu produk terkenal juga mempengaruhi niat membeli konsumen terhadap produk palsunya. Jadi citra merek sangatlah penting karena mempengaruhi konsumen untuk pembelian produk selanjutnya, begitu juga dengan produk palsu yang menyerupai produk merek terkenal. Merek tersebut sangat dipercaya konsumen dengan kualitas yang baik. Sehingga konsumen membelinya tetapi dengan harga relatif lebih murah. Merek palsu ataupun yang sering di sebut merek kw adalah

merek tiruan\imitasi dari barang yang asli (original). Kata KW berasal dari kualitas yang konotasinya imitasi atau tiruan.

Maka dari itu, seringkali merek dipalsukan karena nilai ekonomisnya yang sangat tinggi sehingga mengakibatkan pemilik merek yang asli merasa dirugikan dan jatuhnya reputasi merek yang telah dibangun dengan susah payah dan biaya yang tidak sedikit. Namun, tidak hanya kepentingan pemilik merek asli saja yang dirugikan, tetapi konsumen juga merasa dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan ekspekstasinya sebagai timbal balik dari pembayaran yang sudah dilakukannya. Selain citra merek, faktor kepribadian juga sangat berpengaruh dalam niat membeli konsumen. Dari pengetahuan faktor kepribadian konsumen kita dapat mengetahui apa penyebab konsumen ingin membeli produk palsu. Kita ambil saja contohnya merek sepatu converse. Merek sepatu converse dikenal dikalangan anak muda dengan harga menengah keatas, dari hal tersebut banyak produsen yang menyalahgunakan merek tersebut dengan membuat produk converse palsu. Kebanyakan konsumen pasti menginginkan suatu barang bermerek dengan harga yang relatif murah, hal seperti inilah yang mendorong produsen membuat merek-merek palsu guna memenuhi kebutuhan konsumen. Biasanya pelaku bisnis produk palsu menysasar ke tempat-tempat, dimana konsumen sering melakukan pembelian. Dalam hal ini, produk palsu dapat ditemukan di pasar-pasar tradisional ambil saja contohnya di Pasar Anyar Singaraja. Sepanjang perjalanan pasti saja kita banyak menemukan pertokoan yang menjual berbagai barang palsu dengan berbagai merek.

Hal ini tentu saja sangat melanggar Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek. Namun tetap saja para produsen tidak menaati ketentuan yang berlaku karena melihat adanya minat konsumen yang tinggi terhadap barang palsu yang harganya jauh lebih murah dari pada barang asli dan juga undang-undang yang di terapkan pemerintah tidak memiliki efek jera yang setimpal dengan hasil yang di dapat sehingga para pelaku tidak takut untuk melakukan kecurangan dalam membuat dan menjual produk palsu.

Maraknya peredaran merek palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak yang mana dalam ketentuan Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 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 diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara dan/atau pidana denda. Namun masih saja banyak pelaku usaha yang memproduksi barang dengan memakai merek yang sudah terdaftar atau merek palsu yang nantinya akan diedarkan di pasar-pasar selain itu merugikan pemerintah (pajak), investor atau pemegang merek. Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 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 diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (Dua miliar rupiah).



Keberadaan merek palsu juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen, sebagai pengguna meskipun mereka secara langsung dapat membedakan merek terkenal asli dengan merek terkenal palsu tetapi mereka tidak menghiraukan demi menunjang gaya hidup, keadaan seperti inilah yang perlu diperhatikan pemerintah agar pemegang merek terkenal/ investor mendapat jaminan perlindungan hukum terhadap berkembangnya merek-merek terkenal palsu dalam skala besar. Tindakan pemanfaatan merek akan mengurangi kepercayaan pihak asing atau investor terhadap jaminan perlindungan merek yang mereka miliki, akibatnya muncul ketidakpercayaan dunia Internasional terhadap perlindungan hak atas merek yang diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam hal hubungan dagang selain itu kerugian juga dialami dari sisi pekerja.

Banyaknya peredaran merek terkenal palsu di pasar domestik disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum. Maraknya peredaran merek palsu di Indonesia adanya dugaan permainan dalam penegakan hukum sehingga dengan mudahnya barang tersebut beredar di masyarakat. Pemerintah dalam mengawasi produk palsu harus melihat dalam sisi penegakan hukumnya sehingga pelaku barang bajakan dapat ditindak tegas. Kurang optimalnya pengawasan aparat negara terhadap peredaran barang di pasaran tidak hanya mencederai persaingan usaha dan melukai hak konsumen, barang-barang palsu yang umumnya berasal dari dalam negeri sendiri maupun dari luar negeri akan berdampak negatif bagi pendapatan negara ([neraca.co.id](http://neraca.co.id)).

Melihat realitas maraknya pemalsuan merek terkenal di berbagai daerah ataupun kota-kota besar yang ada di Indonesia. Singaraja merupakan ibu kota

kabupaten Buleleng. Kota Singaraja adalah salah satu contoh kota yang mengalami perkembangan dalam hal perdagangan yang semakin pesat yang mengakibatkan kemungkinan terjadinya pemalsuan merek terkenal yang marak pun dapat terjadi. Sehingga melihat dampak-dampak yang dihasilkan dapat membuat terhambatnya daya kreativitas dan inovasi generasi muda. Selain itu pemalsuan atau peniruan merek juga akan berdampak kepada kekacauan di bidang perekonomian bangsa kita yang mayoritas terdiri dari usaha kecil dan menengah yang sangat membutuhkan pertolongan penanaman modal perusahaan dalam negeri maupun swasta, serta pemalsuan juga akan membuat hak-hak yang terdapat di dalam diri konsumen terancam.

Kasus yang akan diangkat dalam skripsi ini adalah Fenomena yang sedang terjadi di pasar Anyar Singaraja terkait banyak beredar barang bermerek terkenal (*luxrury good*) tetapi barang yang beredar adalah barang bermerek terkenal palsu seperti baju (sepatu (Nike, Adidas, Converse) dan lainnya yang banyak beredar di pasar Tingkat Singaraja. Banyaknya peminat pada produk bermerek palsu memang terletak pada harganya yang jauh lebih murah berkisar Rp. 50.000 -Rp. 350.000 dibandingkan dengan harga aslinya yakni yang berkisar Rp. 4.000.000–Rp. 20.000.000 dari setiap penjualan ini pedagang mendapat keuntungan sekitar 50 persen dari modal yang dikeluarkan.

Pasar Anyar Singaraja yang merupakan pasar kota Singaraja menyediakan barang-barang bermerek palsu dengan berbagai macam pilihan merek, model barang dan harga murah yang menarik banyak peminat dari kalangan menengah ke bawah. Peredaran barang-barang bermerk palsu yang

ditemui berdasarkan hasil observasi pertama hampir secara keseluruhan 70% pedagang-pedagang pakaian, sepatu, jam dan yang lainnya menjual barang-barang merek palsu. Peredaran barang palsu dianggap dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup sosial masyarakat tanpa menghiraukan kualitas barang. Jumlah permintaan yang terus bertambah mengakibatkan akan bertambahnya penjualan produk merek terkenal palsu dan semakin membuat resah pemegang merek.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut dapat dikatakan bahwa masih banyak adanya pelanggaran terhadap hak merek di Indonesia khususnya di Kota Singaraja di Pasar Anyar Singaraja. Belum adanya upaya penanggulangan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Buleleng. Oleh karena itulah, peneliti sangat tertarik untuk membahas lebih mendalam tentang kajian pemalsuan terhadap merek terkenal dalam hal implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Untuk itulah, Penulis menuangkan tulisan ini dalam bentuk skripsi dengan judul :IMPLEMENTASI KETENTUAN PIDANA SEBAGAI MANA DI ATUR DALAM PASAL 100 UNDANG UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS TERKAIT PELANGGARAN MEREK DI PASARANYAR SINGARAJA

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Maraknya pemasaran merek terkenal palsu di Pasar Anyar Singaraja yang dapat merugikan pemerintah (pajak), investor atau pemegang merek, dan konsumen.
2. Peredaran merek terkenal palsu di pasar domestik disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum sehingga menyebabkan lemahnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum.
3. Tidak adanya tindakan khusus dari Pemerintah Kota Singaraja dalam melindungi hak-hak pemegang merek, khususnya terhadap pemasaran pemalsuan merek terkenal.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas masalah yang muncul sangatlah kompleks sehingga perlu dibatasi. Pembatasan masalah ini bertujuan agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Penulis membatasi masalah yang akan menjadi bahan penelitian yaitu mengenai Implementasi Ketentuan Pidana sebagai mana di atur dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait pemasaran merek terkenal palsu di Pasar Anyar Singaraja dan Faktor apa yang mempengaruhi sehingga terjadi pemalsuan dan peredaran barang palsu di Pasar Anyar Singaraja.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang terurai tersebut di atas maka penulis menarik beberapa permasalahan di dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Faktor apa yang mempengaruhi sehingga terjadi pemalsuan dan peredaran merek palsu di Pasar Anyar Singaraja?
2. Bagaimanakah Implementasi Ketentuan Pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait pemalsuan merek terkenal di Pasar Anyar Singaraja?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penulis menarik beberapa tujuan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

#### **1. Tujuan Umum**

Untuk mengetahui dan menambah wawasan di bidang keilmuan hukum perdata khususnya mengenai Hak Merek, dan mengetahui bagaimana Implementasi Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor penghambat dalam implementasi Pasal 100 Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait pemasaran merek terkenal palsu di Pasar Anyar Singaraja
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait pemasaran merek terkenal palsu di Pasar Anyar Singaraja.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun secara praktis, sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan pencerahan mengenai permasalahan hukum yang dihadapi sehingga menjadi dasar pemikiran yang teoritis, dan memberikan wawasan bagi para pembaca dan penulis tentang Implementasi Ketentuan Pidana Sebagaimana Di Atur Dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografi Terkait Pelanggaran Merek Di Pasar Anyar Singaraja

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Bagi penulis bermanfaat seperti peningkatan keahlian dan keterampilan menulis, sumbangan pemikiran dalam pemecahan suatu masalah hukum, acuan pengambilan keputusan yuridis dan bacaan baru bagi penelitian ilmu hukum.

### b. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana pengembangan pemikiran tentang perlindungan terhadap pelanggaran hak merek terkenal khususnya dalam kasus maraknya pemasaran merek terkenal palsu. Selain itu masyarakat diharapkan mengetahui pentingnya memahami ketentuan-ketentuan hukum perdata khususnya mengenai hak merek agar tidak terjadinya pelanggaran terhadap merek.

### c. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah khususnya Dirjen HAKI, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Buleleng, dan Polres Buleleng diharapkan dapat menanamkan pemikiran terkait pentingnya penegakan hukum dari pelanggaran hak merek.

karena maraknya peredaran merek terkenal palsu di pasaran dapat menimbulkan kerugian baik si pemilik asli merek maupun konsumen.

