

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Merek di Indonesia sudah dikenal dan digunakan sejak tahun 1976 dan merek digunakan sebagai tanda pembeda antara produk yang dihasilkan oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh orang lain (Julius, 2009: 1). Di Indonesia sendiri merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek menyebutkan pengertian merek yaitu, “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembedaan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.” Merek merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa merek adalah bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau disebut dengan property right yang dapat menembus segala batas antar negara (Sudargo dan Rizwanto, 1997: 5-6).

Negara Indonesia sendiri dengan telah mengubah dan menambah Undang-Undang Merek sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992, dan kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, dan sekarang yang teranyar adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 membuktikan bahwa peranan merek sangat penting. Negara kita Indonesia juga mengatur tentang pelanggaran merek, diantaranya diatur dalam Undang-Undang khusus mengenai

perdagangan produk tiruan atau barang palsu, yakni pada Hukum perdata Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis , yaitu: “Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam merek tersebut.”

Pada Hukum Pidana Pasal 100 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi: “1. 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 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2 miliar. 2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak 2 miliar.”

Sebagai tanda yang dipakai pada kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa, merek dikenal dan memiliki tingkat pengakuan konsumen yang berbeda pada wilayah hukum suatu merek tertentu atau bidang tertentu dalam perdagangan atau industri. Merek biasa merupakan merek yang tergolong tidak mempunyai reputasi tinggi. Merek yang berderajat ‘biasa’ ini dianggap kurang memberi pancaran simbolis gaya hidup baik dari segi pemakaian maupun teknologi. Masyarakat konsumen melihat merek tersebut kualitasnya rendah. Merek ini juga dianggap

tidak memiliki *draving power* yang mampu memberi sentuhan keakraban dan kekuatan mitos (*mythical power*) yang sugestif kepada masyarakat konsumen, dan tidak mampu membentuk lapisan pasar dan pemakai. Merek terkenal merupakan merek yang memiliki reputasi tinggi. Merek ini memiliki kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar*) dan ikatan mitos (*mythical context*) kepada segala laporan konsumen (Tommy 2017:24).

Menurut Marwiyah (2010:2) Objek pelanggaran atau pemalsuan merek terkenal pada umumnya adalah merek-merek dagang atau jasa yang berada diluar negeri. Indikasi lain yang membedakan merek terkenal dengan merek yang biasa yaitu Menurut Pasal 18 ayat (3) Peraturan Menteri Hukum dan HAM nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, penentuan merek terkenal harus memenuhi salah satu syarat sebagai berikut:

1. Pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap merek di bidang usahanya.
2. Volume penjualan produk dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan merek.
3. Pangsa pasar yang dikuasai. Jangkauan daerah penggunaan merek.
4. Jangka waktu penggunaan merek. Intensitas dan promosi merek, termasuk nilai investasi untuk promosi.
5. Pendaftaran atau permohonan pendaftaran merek di negara lain.
6. Tingkat keberhasilan penegakan hukum, khususnya pengakuan sebagai merek terkenal oleh lembaga yang berwenang.
7. Nilai yang melekat pada merek karena reputasi dan jaminan kualitas produk.

Dalam dunia perdagangan merek merupakan bagian penting. Dengan merek, produk yang dihasilkan oleh produsen dikenal oleh konsumen. Ditinjau dari kacamata produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas produk. Merek juga salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia yang sangat penting terutama dalam menjaga persaingan yang sehat (Hasyim, 2009: 208).

Pada perdagangan barang dan jasa, merek merupakan salah satu karya intelektual yang penting bagi kelancaran dan peningkatan barang dan jasa. Hal tersebut dikarenakan merek memiliki nilai strategis dan penting bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, merek selain untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis, dimaksudkan juga untuk membangun citra perusahaan dalam pemasaran. Bagi konsumen, merek selain mempermudah indentifikasi juga merupakan simbol harga diri. Bagi masyarakat pilihan barang terhadap merek tertentu sudah terbiasa dikarenakan berbagai alasan diantaranya kualitas yang terpercaya produknya telah terkenal lama dan lain-lain sehingga fungsi merek sebagai jaminan kualitas suatu barang dan jasa.

Pedagang menggunakan merek untuk promosi barang-barang dagangannya dan untuk memperluas pemasaran. Bagi konsumen merek diperlukan untuk melakukan pilihan produk yang akan dibeli. Tidak dapat dibayangkan apabila suatu produk tidak memiliki merek, tentu produk yang bersangkutan tidak akan dikenal konsumen. Oleh karena itu suatu produk, apakah produk tersebut baik atau tidak, tentu akan memiliki merek. Bahkan tidak mustahil merek yang sudah ada dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu diikuti, ditiru, dibajak dan bahkan mungkin dipalsu oleh para produsen lain yang melakukan persaingan

curang (Aryani dan Esti, 2009: 53). Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi. Ada banyak cara untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Salah satunya adalah dengan membeli barang-barang bermerek. Barang-barang dengan merek tersebut tentunya selalu dibandrol dengan harga yang tinggi. Akhirnya, masyarakat seringkali mengambil jalan pintas dengan membeli versi palsu dari merek tersebut agar tetap terlihat bergaya (Nadira Maa'rifa, 4:2020). Sebagian besar penjualan produk yang sebgaiian besar barang palsu adalah UMKM.

Sebagian besar UMKM banyak memproduksi barang palsu dengan bermodalkan alat produksi yang sederhana dan mencantumkan merek terkenal tertentu pada barangnya sehingga menghasilkan barang palsu contohnya pada pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia pakaian selalu melekat pada badan manusia setiap harinya sehingga pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia. Oleh sebab itu tingkat penggunaan pakaian sangat tinggi menyebabkan banyaknya peluang usaha untuk memproduksi pakaian. Teknik pembuatan pakaian yang sangat mudah menjadi solusi banyaknya pertumbuhan produsen pakaian yang memproduksi barang-barang termasuk barang palsu, yaitu teknik sablon. Teknik menyablon pakaian sangat bervariasi dan sebagian besar mudah dilakukan, oleh karena itulah dengan teknik yang mudah maka banyaklah diproduksi barang. Namun untuk memasarkannya dibutuhkan strategi agar barang diminati oleh konsumen dan dapat di terima oleh masyarakat. Karena permasalahan itulah muncul cara atau ide memproduksi barang dengan mencantumkan merek terkenal

tertentu agar diminti oleh masyarakat. Dengan kebiasaan mengkonsumsi barang yang memiliki merek tertentu inilah yang menyebabkan banyaknya UMKM memproduksi barang dengan mencantumkan merek terkenal pada barang produksinya atau barang palsu.

Salah satu contoh UMKM yang ada di Bali yang memperdagangkan barang dengan menggunakan merek tertentu di barang produksinya sehingga menciptakan barang palsu yaitu pasar terutama pasar yang letaknya di daerah Pariwisata. Maraknya barang dagangan yang diperjual belikan barang palsu terutama pakaian khususnya di daerah pulau Bali ini di karenakan berbagai faktor penyebabnya. Salah satunya yaitu Bali sebagai sektor pariwisata yang banyak mendatangkan Warga Negara Asing (WNA) yang menyebabkan masyarakatnya sedikit bayaknya mengenal budaya asing yang biasa mengkonsumsi barang dengan nilai tinggi atau barang yang bermerek. Karena rata-rata wisatawan yang datang ke Bali adalah warga asing yang tingkat sosialnya menengah ke atas. Oleh karena itulah masyarakat bali mengenal budaya orang luar yang biasa menggunakan barang bermerek. Sehingga dari situlah dapat disimpulkan bahwa masyarakat khususnya di Bali terpengaruh budaya asing dengan mengkonsumsi atau menggunakan barang bermerek.

Adapun kasus yang pernah terjadi di daerah Kabupaten Buleleng yaitu di pasar Anyar, dimana pernah dilakukan inspeksi atau sidak langsung yang dilakukan oleh PT. Billabong Indonesia. Inspeksi atau sidak ini dilakukan diberbagai daerah di Bali termasuk di Buleleng terjadi ditahun 2014. Tujuan dilakukannya inspeksi ini yaitu untuk mengurangi maraknya barang palsu yang tersebar di semua daerah di Bali. Dalam kegiatan inspeksi atau sidak itu dilakukan ada beberapa

toko/UMKM yang menjual pakaian atau barang *fashion* menjual produknya dengan label/merek dari PT. Billabong Indonesia ini. Secara langsung PT. Billabong mengalami kerugian secara materi dan ditambah menurunnya hasil penjualan yang disebabkan oleh adanya barang-barang palsu yang diperjual-belikan dengan mencantumkan merek dari PT. Billabong ini. Tidak lanjut yang dilakukan oleh PT. Billabong Indonesia yaitu memberi teguran secara langsung kepada pemilik toko/UMKM agar tidak menjual-belikan lagi barang palsu yang mencantumkan merek Billabong. Pada saat itu juga para pemilik toko/UMKM mengikuti arahan yang diberikan oleh PT. Billabong Indonesia untuk tidak menjual barang dengan merek Billabong dan inspeksi atau sidak yang dilakukan itu berakhir dengan tertib dan aman tanpa adanya perlawanan dari pemilik toko/UMKM tersebut.

Namun di sisi lain masih banyak toko/UMKM yang menjual barang palsu dari merek-merek terkenal. Bahkan pada saat ini toko/UMKM yang cukup besar melakukan hal tersebut. Ini di karenakan juga oleh rata-rata pengusaha di Bali yang masih banyak yang suka meniru merek lain sehingga UMKM yang ada di Bali membuat produk buatannya sendiri dengan mencantumkan merek tertentu pada barang produksinya seperti pakaian dan menghasilkan barang palsu. Dengan memadupadankan produksi lokal ditambahkan dengan mencantumkan merek tertentu pada dasarnya tetap saja melanggar hak merek dari suatu barang tertentu karena merugikan pemilik dari merek-merek aslinya. Selain itu adanya aturan di Indonesia dikesampingkan oleh pedagang/ UMKM yang terbukti menjual-belikan barang palsu dari merek terkenal. Ini terjadi dikarenakan tidak adanya tindakan yang tegas dari pihak yang berwenang serta aparaturnegara yang bersangkutan untuk menertibkan pelaku usaha, pedagang/UMKM yang menjual-belikan barang

palsu dari merek terkenal yang sudah terbukti banyak tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Disisi lain masih banyak masyarakat maupun pemilik merek yang bingung bagaimana cara penyelesaian jika merek yang mereka miliki dipalsukan oleh pihak lain dikarenakan mungkin minimnya informasi atau sedikitnya ada sengketa tentang merek yang mengakibatkan banyak pihak tidak menindaklanjuti perkara tentang merek.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut bahwa masih banyaknya celah untuk melakukan pelanggaran merek di Indonesia terutama di Bali dan khususnya daerah kabupaten Buleleng ini sebagai sektor pariwisata. Maka dari itu perlu diadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah perlindungan hukum terutama merek-merek terkenal dengan harapan mengetahui akibat hukum yang dapat ditimbulkan oleh UMKM dari permasalahan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis oleh penulis diatas, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Maraknya UMKM yang ada di daerah Kabupaten Buleleng ini yang menjual barang palsu menggunakan merek terkenal
2. Seakan tidak adanya tindakan hukum yang dilakukan oleh aparaturnegara untuk menertibkan UMKM yang menjual barang palsu dari merek terkenal.
3. Akibat yang dilakukan oleh UMKM yang menjual barang palsu dari merek terkenal seakan tidak ada akibat hukum.

4. Adanya pelanggaran hukum yang dilakukan oleh UMKM yang tetap menjual barang palsu dari merek terkenal.
5. Adanya pihak-pihak yang belum mengetahui tentang penyelesaian sengketa mengenai merek yang dipalsukan.

1.3 Pembatasan 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 Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng. Penyajian dikaji berdasarkan data yang ada didaerah Kabupeten Buleleng terkait Akibat Hukum yang akan ditimbulkan oleh UMKM yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal. Adapun uraian tentang pembatasan masalah bahasannya yaitu mengenai Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng yang mana membahas akibat hukum yang akan ditimbulkan oleh UMKM yang memperjual-belikan barang palsu dari merek terkenal, serta bagaimana penyelesaian hukum yang tepat bagi UMKM yang terbukti menjual memperjual-belikan barang palsu dari merek terkenal.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut.

1. Apa akibat hukum terhadap UMKM yang memperjual belikan barang palsu dengan menggunakan merek terkenal?
2. Bagaimana penyelesaian hukum yang tepat bagi UMKM yang terbukti memperjual belikan barang palsu?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng

2. Tujuan Khusus

- a) Untuk mengkaji Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng.
- b) Untuk mengetahui dan mengkaji akibat hukum yang akan ditimbulkan oleh UMKM yang memperjual-belikan barang palsu dari merek terkenal dan bagaimana penyelesaian hukum yang tepat bagi UMKM yang terbukti memperjual-belikan barang palsu.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan konsep dasar hukum nasional dengan mengkhhusus tentang Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng.

b. Bagi masyarakat

Menambah pemahaman masyarakat mengenai Akibat Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang melakukan Jual Beli Barang Palsu Menggunakan Merek Terkenal Di Wilayah Kabupaten Buleleng.

c. Bagi Produsen Merek Terkenal

Menjadi masukan bagi produsen barang-barang dari merek terkenal untuk mendalami sikap dari pelaku usaha yang memproduksi barang palsu. Sehingga perusahaan dapat membuat langkah-langkah yang tepat agar mengurangi barang yang diproduksinya ditiru dan dibuat barang palsunya.

d. Bagi Pemerintah

Membantu pemerintah khususnya mengenai pemalsuan barang dalam melihat dan menyikapi fenomena kegiatan produksi hingga jual beli barang palsu yang sangat tinggi. Diharapkan dapat membuat peraturan-peraturan yang berhubungan dengan produksi hingga kegiatan jual beli barang palsu. Diharapkan dapat melakukan kegiatan edukasi agar masyarakat mendapatkan informasi lebih banyak seputar pemalsuan barang dan semakin peduli terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

