

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial manusia merupakan pendukung hak dan kewajiban. Kebutuhan dapat saja berbeda satu sama lainnya dan dapat menimbulkan suatu pertentangan, sehingga tidak jarang terjadi bahkan sering terjadi perselisihan antara satu individu dengan individu lainnya. Salah satu kepentingan anggota masyarakat tersebut ialah mengenai merek yang menyangkut suatu perdagangan atau jasa, yang memiliki daya pembeda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa antara merek yang satu dan merek lainnya yang dapat dibedakan baik dari gambar, kata-kata, nama, susunan warna, maupun huruf-huruf.

Merek berguna untuk memperkenalkan produksi suatu perusahaan, merek mempunyai peranan yang sangat penting bagi pemilik suatu produk. Hal ini disebabkan oleh fungsi merek itu sendiri untuk membedakan dalam memperkenalkan suatu barang dan/atau jasa dengan barang dan/atau jasa lainnya yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda.

Merek telah lama dikenal manusia sejak zaman purba. Merek digunakan sebagai tanda pembeda antara produk yang dihasilkan oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain. Merek merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa merek bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

atau disebut juga dengan *property rights* yang dapat menembus segala batas antara negara¹.

Kebutuhan, kemampuan dan kemajuan teknologi atas suatu produk sekarang ini merupakan pasar bagi produksi-produksi pengusaha pemilik merek dagang dan jasa. Semua ingin produk mereka memperoleh akses sebebaskan-bebasnya ke pasar oleh karena itu perkembangan di bidang perdagangan dan industri yang sedemikian pesatnya memerlukan peningkatan perlindungan terhadap teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan, apabila kemudian produk tersebut beredar di pasar dengan menggunakan merek tertentu, maka kebutuhan untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut.

Dalam hubungan ini hak-hak yang timbul dari hak kekayaan intelektual, khususnya hak atas merek suatu produk akan menjadi sangat penting yaitu dari segi perlindungan hukum, karenanya untuk mendirikan dan mengembangkan merek produk barang atau jasa dilakukan dengan susah payah, mengingat dibutuhkannya juga waktu yang lama dan biaya yang mahal untuk mempromosikan merek agar dikenal dan memperoleh tempat di pasaran. Salah satu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat dalam mengembangkan merek dari suatu produk barang atau jasa, yaitu dengan melakukan perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek.²

Produk atau jasa yang mempunyai mutu atau karakter yang baik ataupun yang dapat untuk mempengaruhi pasar merupakan merek yang akan selalu

¹ Sudargo Gautama dan Rizwanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam rangka WTO, TRIPs)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), hal. 5-6.

² Hariyani, Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI yang benar*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yutisia, 2010, hal., hal.88

dikonsumsi oleh konsumen. Bahkan kadang kala yang dapat membuat suatu barang menjadi mahal bukan karna produknya, tetapi ,mereknnya. Padahal merek hanya suatu yang dilekatkan pada produk dan bukan produk itu sendiri.

Pelaksanaan perlindungan hak merek sangat dibutuhkan disebabkan perkembangan jaman yang sedemikian cepat. Hal ini dibuktikan dengan perubahan hak merek yang sedemikian cepat dari Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 tentang merek selanjutnya diubah dengan Undang-Undang No 15 Tahun 1997 tentang perubahan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 tentang merek. Dan selanjutnya Undang-Undang No. 15 Tahun 1997 digantikan dengan Undang-Undang No. 15 tahun 2001. Perubahan yang sedemikian cepat menandakan bahwa dalam menyambut era globalisasi maka pengaturan dan perlindungan merek menjadi amat penting.

Beberapa perbedaan yang menonjol dalam Undang-Undang Merek baru dibandingkan dengan Undang-Undang Merek lama antara lain menyangkut proses penyelesaian permohonan. Dalam Undang-Undang Merek baru, pemeriksaan substantif dilakukan setelah permohonan dinyatakan memenuhi syarat secara administratif. Semula pemeriksaan substantif ini dilakukan setelah selesainya masa pengumuman tentang adanya permohonan. Perubahan ini dimaksud agar lebih cepat diketahui apakah permohonan tersebut disetujui atau ditolak dan memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk mengajukan keberatan terhadap permohonan yang telah disetujui untuk didaftar.

Dalam undang-undang Merek yang baru jangka waktu pengumuman tentang adanya permohonan dilaksanakan selama tiga bulan, lebih singkat dari jangka waktu pengumuman berdasarkan Undang-Undang Merek lama. Dengan

dipersingkatnya jangka waktu pengumuman tentang adanya permohonan, secara keseluruhan akan dipersingkat pula jangka waktu penyelesaian permohonan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Merek adalah sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk tertentu. Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (UU Merek) disebutkan pengertian merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa³.

Latar belakang lahirnya undang-undang merek antara lain didasari munculnya arus globalisasi disegenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya dibidang teknologi informasi dan transportasi mendorong timbulnya integrasi pasar pertanian dan pasar global.⁴

Prestasi yang didapat para pemilik merek bukan hal yang mudah karena diperlukan upaya promosi yang gencar dan investasi yang besar oleh pemilik merek sehingga menjadi terkenal bagi pengguna jasa yang diinginkan tentunya didukung oleh manajemen yang baik. Keterkenalan merek suatu jasa diikuti dengan keterpuasan yang dirasakan para pengunjung atau pengguna jasa tersebut.

Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.⁵ misalnya jenis jasa kelas 42 yang meliputi: “jasa-jasa dibidang penyediaan makanan dan minuman; penginapan (akomodasi) sementara; kedokteran,kebersihan dan perawatan kecantikan; jasa-

³ Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (UU Merek).

⁴ Hariyani, *Op.cit.*,hal.87.

⁵ *Op.cit* Pasal 1 angka 3 UU No 15 tahun 2001

jasa dibidang kedokteran hewan dan pertanian, jasa dibidang hukum; ilmu pengetahuan, dan riset industri, pemrograman komputer”.

Upaya kepemilikan merek untuk mencegah kepemilikan orang lain merupakan hal yang sangat penting mengingat bahwa upaya untuk membangun suatu reputasi merek membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang tidak sedikit. Hal lain yang tak kalah penting juga reputasi yang baik akan mendapat respon yang baik dari konsumen. Oleh sebab itu, pengusaha akan melakukan upaya apapun untuk berusaha membatalkan suatu merek yang terbukti telah meniru merek yang digunakan sehingga mengajukan gugatan ke pengadilan.

Pendaftaran suatu merek yang terdaftar dalam DUM, berarti telah dapat diterapkan salah satu strategi pemasaran, yaitu strategi pengembangan produk kepada masyarakat pemakai atau kepada masyarakat konsumen, dimana kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh baik atau tidaknya mutu suatu barang yang bersangkutan. Jadi, merek akan selalu dicari apabila produk atau jasa yang menggunakan merek mempunyai kualitas yang baik dan dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar. Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain sehubungan dengan kualitasnya, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain yang melekat pada merek⁶.

Merek hanya benda immaterial yang tidak dapat memberikan apapun secara fisik, benda materilnyalah yang dapat dinikmati. Ini yang membuktikan merek itu merupakan hak kekayaan immaterial. Undang-undang merek tidak menyebutkan bahwa merek merupakan salah satu wujud dari kekayaan

⁶ Darmadi Duriyanto, Sugiarto, dan Tony Sitinjak, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia Utama Pustaka, 2001), hal. 2.

intelektual. Sebuah karya yang didasarkan oleh pikiran manusia yang kemudian terjelma dalam bentuk benda immaterial.

Merek perlu dilindungi karena merupakan kekayaan immaterial yang dapat mendatangkan keuntungan ekonomi yang tinggi atau bernilai mahal. Hal ini dapat terjadi apabila digunakan untuk memasarkan suatu produk tertentu. Kualitas tingginya suatu produk ditandai oleh merek terkenal yang melekat pada barang dagangan⁷.

Kebutuhan, kemampuan dan kemajuan teknologi atas suatu produk sekarang ini merupakan pasar bagi produksi-produksi pengusaha pemilik merek dagang dan jasa. Semua ingin produk mereka memperoleh akses sebebaskan-bebasnya ke pasar oleh karena itu perkembangan di bidang perdagangan dan industri yang sedemikian pesatnya memerlukan peningkatan perlindungan terhadap teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan, apabila kemudian produk tersebut beredar di pasar dengan menggunakan merek tertentu, maka kebutuhan untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut.

Dalam hubungan ini hak-hak yang timbul dari hak kekayaan intelektual, khususnya hak atas merek suatu produk akan menjadi sangat penting yaitu dari segi perlindungan hukum, karenanya untuk mendirikan dan mengembangkan merek produk barang atau jasa dilakukan dengan susah payah, mengingat dibutuhkannya juga waktu yang lama dan biaya yang mahal untuk mempromosikan merek agar dikenal dan memperoleh tempat di pasaran. Salah satu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat dalam

⁷ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: Cipta Aditya Bakti, 2001), hal 12

mengembangkan merek dari suatu produk barang atau jasa, yaitu dengan melakukan perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek.⁸

1.2 Identifikasi Masalah

Secara umum permasalahan dalam penelitian ini adalah tentang objek kajian masalah merek secara umum, maka berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara putusan No.05/MEREK/2010/PN.Niaga Medan.
2. Putusan No.05/MEREK/2010/PN.Niaga Medan sesuai dengan pasal 68 jo pasal 4 dan 6 Undang-Undang No.15 Tahun 2001.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya dibatasi mengenai :

1. Sengketa Merek Kok Tong Kopitiam, dan
2. Pembatalan atas merek yang sama

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, dan pembatasan masalah penelitian, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pertimbangan hakim dalam menyelesaikan Sengketa merek Kok Tong Kopitiam ?

⁸ Ibid, hal.88

2. Bagaimana hubungan Pasal 68 ayat 1 jo Pasal 4 dan 6 Undang-Undang No.15 Tahun 2001 dalam Penyelesaian Sengketa Merek Kok Tong Kopitiam ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan

Adapaun tujuan secara umum yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sesuai dengan pokok permasalahan yang ada, maka tujuan penulisan skripsi ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pertimbangan hakim dalam menyelesaikan Sengketa merek Kok Tong Kopitiam.
- b. Untuk mengetahui Hubungan Pasal 68 ayat 1 jo Pasal 4 dan 6 Undang-Undang No.15 Tahun 2001 dalam Penyelesaian Sengketa Merek Kok Tong Kopitiam

1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan masukan kepada masyarakat yang ingin membuka suatu bidang usaha atau pemberian jasa agar lebih kreatif dalam memberikan ide untuk membuat suatu merek dan manfaat akademis untuk pengembangan ilmu hukum, terutama dalam pembuatan merek

1.5.3 Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada masyarakat yang ingin membuat suatu merek untuk menyadari akibat-akibat yang dapat ditimbulkan dalam pembuatan merek yang sama dan dapat menghindarkan masyarakat dalam pendaftaran merek dengan itikad tidak baik.

