

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK TERHADAP PELANGGARAN MEREK MENURUT UU MEREK INDONESIA

R. Eddy Haryadi

Dosen Fakultas Hukum Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

ABSTRACT

Brand laws is an exclusive law given by the government to brand owners who listed in General Brand List For certain tome using the brand it self or give to others touse it.

Practically, application of this brand laws was not almost suitable with what is definite by laws. So that this mode compesation for brand owners. This action was brand violation. The government have responsibility to protect for application of brand laws. The Problem is how their efforts to protect their property for brand owners and what protectionbthat can given by brand owners to the brand violation.

The results conclude that in the brand violation, law may bound others who use the brand without property, this limitation of brand violation which given by laws in order to give protection for owners of their intellectual property especially brand property so that economically or morality it feels protected.

Keyword : protection, brand property

PENDAHULUAN

Perlindungan hukum bagi Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) khususnya hak atas merek sangat diperlukan dengan pesatnya perkembangan dunia usaha serta alat transportasi dan elektronik untuk melakukan promosi begitu maju sehingga memudahkan untuk melakukan hal itu ke berbagai wilayah tanpa batas dan pemasaran barang pun semakin luas dengan mudah dapat dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat, keadaan itu menambah pentingnya merek untuk membedakan asal usul barang, dan kualitasnya serta untuk mencegah adanya peniruan pada setiap produk yang diperdagangkan.

Perlindungan hukum terhadap hak atas merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi merek dagang/barang saja akan tetapi juga merek jasa.

Pengertian tentang sebagaimana dimaksud dalam undang-undang hak atas merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan 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.

Seperti yang diuraikan di atas, merek dagang dan merek jasa adalah merek yang dipergunakan sebagai identitas bisnis yang dilindungi secara hukum untuk mengatasi perilaku para kompetitor yang melakukan persaingan curang atau pemalsuan merek terhadap pemilik merek yang sebenarnya.

Persaingan curang atau pemalsuan merek-merek yang dilakukan oleh kompetitor curang itu dimaksudkan untuk mengalihkan perhatian para pemakai merek, klien atau customer atau memberikan citra tidak baik kepada pemakai merek itu dan tidak lagi menggunakan merek sebenarnya.

Bentuk persaingan curang tersebut sudah tidak dapat dibenarkan oleh karena itu perlu mendapatkan perlindungan hukum terhadap merek seperti diatur dalam Undang-undang merek Nomor 15 Tahun 2001, mengingat para pemalsu merek dagang atau jasa sangat profesional menggunakan merek-merek milik orang lain yang sudah dikenal dan telah terdaftar dengan maksud untuk mencari keuntungan pribadi sehingga dapat merugikan pemilik merek dagang atau merek jasa maupun negara atas pajak yang harus dikenakan dan akan membawa dampak negatif terhadap perdagangan dan perekonomian, jika perbuatan ini dibiarkan secara terus menerus maka akan menimbulkan akibat hukum terhadap laju pembangunan di bidang HaKI.

Penggunaan merek secara melawan hukum yang marak terjadi di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari mental para pengusaha tidak mau bersaing dengan merek-merek yang sudah memiliki reputasi dan menjadi merek terkenal.

PERMASALAHAN

Berkaitan dengan hal tersebut, kiranya perlu untuk mengkaji lebih mendalam mengenai pemalsuan merek-merek dagang atau jasa yang sangat marak dewasa ini tentunya akan sangat merugikan terhadap pemilik merek, maupun berbagai aspek seperti perekonomian, sosial budaya maupun penghasilan negara atas pajak, mengingat kecanggihan dunia teknologi yang sangat berperan sehingga dapat memudahkan didalam paktek pemalsuan merek barang ataupun merek jasa

PEMBAHASAN

A. PENGERTIAN DAN FUNGSI MEREK

Merek dagang dan merek jasa pertama-tama perlu adanya penentuan definisi dari perkataan “Merek”, agar kita dapat berpedoman pada pengertian yang sama dalam melakukan pembahasan guna mendekati sasaran yang hendak dicapai. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, memberikan suatu definisi tentang merek, yaitu :Merek adalah tanda 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 atau jasa.

Selain menurut batasan yuridis, H.M.N. Purwosutjipto (1984), memberikan rumusan bahwa, "Merek adalah suatu tanda dengan nama suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis", sedangkan Soekardono (1983), memberikan rumusan bahwa, "Merek adalah sebuah tanda dengan nama dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.

Pendapat maupun dari peraturan itu sendiri, merek pada hakekatnya adalah suatu tanda, akan tetapi agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek harus memiliki daya pembeda, yang dimaksud dengan memiliki daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan yang lainnya, sedangkan yang tidak dapat diterima sebagai merek apabila tanda tersebut sederhana seperti gambar "Sepotong garis" atau tanda terlalu ruwet seperti gambar "Benang kusut".

Dalam hal ini merek mempunyai fungsi untuk membedakan barang atau produksi suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lainnya yang sejenis. Dengan demikian merek memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang. Selanjutnya merek berfungsi sebagai sarana promosi atau reklame bagi produsen atau pedagang juga perusahaan-perusahaan yang memperdagangkan barang atau jasa dan merek adalah simbol dengan nama pihak pedagang memperluas pasarannya. Disamping itu merek juga dapat berfungsi dalam merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak.

B. JENIS-JENIS MEREK

Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001, membedakan 2 (dua) jenis merek, yaitu merek dagang dan merek jasa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Butir 2, menyebutkan bahwa, "Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya". Sedangkan dalam Pasal 1 Butir 3, mengatakan bahwa, "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". Dengan demikian untuk memudahkan dalam pemberian merek dibedakan jenis-jenis merek baik itu untuk merek dagang atau jasa, sedangkan untuk merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang baru oleh karena merek kolektif ini sebenarnya juga terdiri dari merek dagang dan jasa, hanya saja merek kolektif ini pemakaiannya digunakan secara kolektif seperti mengacu pada Pasal 1 Butir 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, menyebutkan bahwa, "Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/jasa dengan karakteristik yang sama dan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenisnya".

Mengenai merek kolektif sebagaimana telah diuraikan di atas, Sudargo Gautatama (1993), mengemukakan bahwa, Tanda-tanda yang diprkenankan dengan

istilah merek kolektif ini bukan berfungsi untuk membedakan barang-barang atau jasa-jasa dari suatu perusahaan terhadap perusahaan lain. Tetapi merek kolektif ini dipakai untuk membedakan asal-usul geografis atau karakteristik yang berbeda pada barang-barang atau jasa-jasa dari perusahaan perusahaan tetapi memakai merek sama secara kolektif dibawah pengawasan dari yang berhak untuk menjamin kualitasnya.

Disamping jenis merek sebagaimana ditentukan di atas, ada juga mengklasifikasikan lain yang didasarkan kepada bentuk atau wujudnya menurut Suryatin (1980), dimaksudkan untuk membedakan dari barang sejenis milik orang lain, oleh karena adanya pembedaan, maka terdapat beberapa jenis merek, yaitu :

1. Merek lukisan (beel mark)
2. Merek kata (word mark)
3. Merek bentuk (form mark)
4. Merek bunyi-bunyian (klank mark)
5. Merek judul (title mark)

Mengenai jenis-jenis merek menurut R. Soekardono (1983), menegaskan bahwa, Tentang bentuk atau wujud dari merek itu undang-undang tidak memerintahkan apa-apa, melainkan harus berdaya pembeda, yang diwujudkan dengan :

- a. cara yang disimpan oleh siapapun mudah dapat dilihat.
- b. merek dengan perkataan
- c. kombinasi dari merek atas penglihatan dan merek perkataan

C. SYARAT-SYARAT MEREK

Agar supaya suatu merek dapat diterima sebagai tanda atau cap dagang, syarat mutlak daripadanya ialah bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda. Dengan kata lain, tanda yang dipakai itu haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi suatu perusahaan atau barang perdagangan atau jasa produksi dari seseorang dengan barang-barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain, karena adanya merek itu barang-barang atau jasa yang diproduksi menjadi dapat dibedakan. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, menegaskan dengan jelas bahwa, "Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan diginakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa". Sedangkan merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak dapat dibedakan antara lain :

1. Merek yang tidak dapat didaftarkan
 - a. Beritekad tidak baik,
 - b. Bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum.
Yaitu lukisan-lukisan atau gambar, tanda-tanda, kata-kata yang tidak memenuhi norma-norma kesusilaan sehingga dapat menyinggung perasaan kesopanan, ketentraman, atau keagamaan, baik untuk khalayak umum ataupun pada suatu golongan masyarakat tertentu.
 - c. Telah menjadi milik umum
 - d. Merupakan keterangan atau keterkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.
2. Merek yang ditolak pendaftaran

- a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa.
- b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal (well-know mark) milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa.
- c. Mempunyai persamaan pada pokok atau keseluruhannya dengan indikasi goegrafis yang sudah dikenal.

Merek yang tidak dapat didaftar atau ditolak dalam pendaftaran merek seperti yang diuraikan tersebut di atas, adalah merupakan sebagai kriteria-kriteria dalam bidang merek dan apakah merek itu akan menimbulkan kekeliruan, penyesatan, dan jika dipakai pada barang atau jasa sejenis, hal inilah yang menjadi pertimbangan ataupun dugaan hukumnya, mengingat merek yang tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik (Pasal 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001).

Permohonan yang beritikad baik adalah permohonan yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang mengakibatkan kerugian pada pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Pada dasarnya itikad baik menurut Subekti (1987) membedakan kedalam 2 (dua) pengertian yaitu :

1. Itikad baik dalam pengertian subyektif.
Berarti kejujuran, yaitu sikap batin seseorang pada saat dimulainya suatu hubungan hukum yang berupa perkiraan bahwa syarat-syarat yang diperlukan untuk terjadinya hubungan hukum telah terpenuhi.
2. Itikad baik dalam pengertian obyektif.
Berarti, kepatutan, yaitu tindak tanduk para pihak dalam pelaksanaan perjanjian tidak merugikan pihak lawan.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa itikad baik dalam pengertian subyektif merupakan sikap batin seseorang dalam tahap pembuatan perjanjian (prakontraktual) meliputi sikap jujur, terbuka, ikhlas dan sungguh-sungguh dalam memenuhi syarat-syarat tertentu dalam suatu hubungan hukum. Sedangkan dalam pengertian obyektif mengandung makna bahwa tindakan para pihak dalam pelaksanaan perjanjian harus sesuai dengan kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat, artinya para pihak dalam bertindak tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri tetapi juga memikirkan kepentingan orang lain.

D. PERLINDUNGAN HUKUM

Perlindungan hukum dapat diberikan kepada pemegang hak atas merek dapat bersifat preventif dan bersifat represif.

Perlindungan hokum yang bersifat preventif dilakukan dengan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 1 jo. Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 yaitu memiliki hak eksklusif yang diberikan oleh negara untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya dalam jangka waktu 10 tahun dan dapat diperpanjang kembali seperti termaksud dalam Pasal 35 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 dengan terdaftarnya merek pada Ditjen. HaKI, maka negara wajib memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek tersebut.

Hak khusus memakai merek ini berfungsi suatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu, karena suatu merek memberi hak khusus atau hak mutlak kepada yang bersangkutan, hal itu dapat dipertahankan kepada siapapun. Tentunya hak atas merek ini hanya diberikan kepada pemiliknya yang terdaftar sesuai peraturan perundang-undangan.

Dengan adanya hak eksklusif atau hak khusus tersebut, orang lain dilarang untuk menggunakan merek yang terdaftar untuk barang atau jasa yang sejenis, kecuali sebelumnya mendapat izin dari pemilik merek terdaftar dan bagi pelanggar merek ini ditentukan berdasarkan Pasal 90 sampai dengan Pasal 94, dan yang terkandung dalam Pasal 95 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 ini adalah merupakan delik aduan.

Perlindungan yang bersifat represif adalah pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek dan berhak untuk mengajukan gugatan ganti rugi ataupun mengajukan tuntutan pidana

Pengajuan gugatan ganti rugi secara perdata oleh pemilik merek harus memiliki unsur-unsur sebagaimana dimaksud Pasal 1365 KUH Perdata yaitu :

1. Perbuatan melawan hukum.
Merupakan suatu perbuatan atau kealpaan yang atau bertentangan dengan hak orang lain atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku sendiri atau bertentangan dengan kesusilaan maupun dengan sikap hati-hati yang harus diindahkan dalam pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda.
2. Adanya kerugian
Dalam undang-undang tidak diatur tentang ganti kerugian yang dibayar karena perbuatan melawan hukum, sedangkan dalam Pasal 1243 KUH Perdata memuat ketentuan tentang ganti kerugian yang harus dibayar karena wanprestasi. Untuk penentuan ganti kerugian karena perbuatan melawan hukum dapat diterapkan ketentuan-ketentuan yang sama dengan ketentuan ganti kerugian karena wanprestasi.
3. Hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian.
Setiap perbuatan atau masalah yang merupakan syarat daripada sesuatu akibat yang terjadi harus dianggap sebagai sebab daripada akibat itu. Syarat daripada akibat adalah bilamana perbuatan atas masalah itu tidak dapat ditiadakan, sehingga tidak menimbulkan sesuatu akibat.
4. Kesalahan.
Pasal 1365 KUH Perdata telah membedakan secara tegas kesalahan dari perbuatan melawan hukum. Perbuatannya adalah melawan hukum, sedangkan kesalahan hanya pada pelakunya.

Pemilik hak atas merek dapat mengajukan gugatan kepada setiap orang yang melakukan perbuatan melawan hukum, hal ini dengan tegas seperti yang tercantum dalam Pasal 76 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 antara lain :

- (1) Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa :
 - a. Gugatan ganti rugi, dan/atau
 - b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.
- (2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Dengan demikian perlindungan hak atas merek terhadap pemalsuan merek-merek yang dilakukan oleh kompetitor curang dapat terlindungi dan apabila adanya suatu pemalsuan-pemalsuan merek maka pemilik merek berdasarkan undang-undang dapat mengajukan gugatan ganti kerugian berdasarkan KUH Perdata maupun penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek terdaftar apabila terjadi pelanggaran hak merek menurut Nomor 15 Tahun 2001 adalah perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan melalui pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 dimana pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek memiliki hak eksklusif yang diberikan oleh negara untuk jangka waktu tertentu yang dibuktikan dengan sertifikat merek. Perlindungan hukum represif dilakukan melalui upaya perdata dengan mengajukan gugatan ganti rugi atau pembatalan merek terhadap merek yang didaftarkan oleh pihak lain secara tanpa hak.

Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh para pihak dalam penyelesaian sengketa hak merek adalah perdata dan pidana, sedangkan ketentuan hukumnya diatur dalam Pasal 90 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 selain itu juga para pihak dapat menyelesaikan sengketanya melalui badan arbitrase asal sebelumnya telah diperjanjikan.

DAFTAR PUSTAKA

- H. M. N. Purwosutjipto. 1984. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Djambatan. Jakarta.
- R. Subekti, dan R. Tjitrosudibio. 1985. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. PT. Pradya Paramita. Jakarta.
- R. Sukardono. 1983. *Hukum Dagang Indonesia*. Jilid I. Cetakan ke-8. Dian Rakyat. Jakarta.
- Sudargo Gautama. 1993. *Hukum Merek Indonesia*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Suryatin. 1980. *Hukum Dagang I dan II*. Pradya Paramita. Jakarta

Peraturan-Peraturan

- Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Citra Umbara. Bandung.

