

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi perekonomian yang tinggi, bahkan potensi ini mulai dilirik oleh dunia internasional. Indonesia juga merupakan salah satu ekonomi terbesar di Asia Tenggara, dengan karakteristik yang menempatkan negara ini dalam posisi yang ideal dalam perkembangan ekonomi yang pesat. Bahkan, dalam beberapa tahun terakhir banyak dukungan yang diberikan oleh pemerintah pusat untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah), yang memicu meningkatnya peran industri manufaktur dalam perekonomian. Pembangunan infrastruktur yang dikerjakan secara masif juga semakin mendorong dunia ekonomi dan investasi semakin meningkat sehingga menimbulkan efek *multiplier* dalam perekonomian Bangsa.

Perkembangan ekonomi dunia di era millenium ketiga ini ditandai dengan semakin pesatnya loncatan kemajuan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Perkembangan ini terasa semakin multidimensi ketika dihadapkan pada tuntutan dan kebutuhan manusia yang beragam.¹ Dalam dunia ekonomi yang serba cepat dan dinamis, model bisnis pun semakin beragam. Semakin beragamnya model bisnis yang sedang berkembang memaksa pelaku bisnis untuk semakin berfikir inovatif di bidang pengelolaan bisnis serta produk yang mereka akan

¹ Aristeus, Syprianus. (2014). "**Peluang Industri dan Perdagangan Indonesia Dalam Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (*Industry and Trade Opportunity of Indonesia on ASEAN Economic Community*)**", Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional. Vol. 3, hlm. 146.

pasarkan. Belakangan ini banyak sekali pengusaha-pengusaha muda muncul dengan model bisnis yang berbeda, mereka lebih memilih bersaing di industri yang selama ini kurang mendapatkan *exposure* atau perhatian. Banyak diantara mereka lebih memilih menggarap Industri kreatif sebagai jenis usaha baru yang memiliki peluang atau kesempatan untuk merambah dunia bisnis lainnya.

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Untuk bisa menghasilkan ide baru dan mempunyai nilai keindahan, maka diperlukan manusia yang mempunyai keahlian dan rasa keindahan yang melebihi kemampuan manusia rata-rata. Ada beberapa kata kunci dalam definisi tersebut, yaitu kreativitas, keterampilan, dan bakat.

Hal tersebut akan menjadi mata pencarian jika kekayaan intelektual yang kita miliki dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Dalam upaya meningkatkan industri kreatif di Indonesia maka Pemerintah RI telah meluncurkan cetak biru "Ekonomi Kreatif Indonesia", yakni konsep ekonomi baru yang berorientasi pada kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan. Landasan utama dari industri kreatif adalah sumber daya manusia Indonesia yang akan dikembangkan, sehingga mempunyai peran sentral dibanding faktor-faktor produksi lainnya.

Saat industri kreatif di Indonesia sedang bergeliat, secara tidak langsung akan menghasilkan banyak sekali jenis produk dengan bermacam bentuk, fungsi, warna dan lain sebagainya. Tak jarang kesamaan diantara barang yang diproduksi oleh orang lain akan menimbulkan permasalahan hukum. Guna mencegah masalah

tersebut disanalah peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat.

Hak atas Kekayaan Intelektual atau *Intellectual Property Rights (IPRs)* merupakan hak ekonomis yang diberikan oleh hukum kepada seorang pencipta atau penemu atas suatu hasil karya dari kemampuan intelektual manusia.²

Merek merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan HaKI, yang biasanya berkaitan dengan perlindungan penerapan ide dan informasi yang memiliki nilai komersial.³ Merek merupakan tanda yang membedakan barang dan/ jasa yang dibuat oleh orang atau badan hukum yang dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka susunan, warna, dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, ataupun kombinasi dari unsur tersebut.⁴

Menurut Adil Samadani dalam buku *Dasar-dasar Hukum Bisnis* menyebutkan bahwa pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka, oleh karenanya menjadi penting merek tersebut mendapat perlindungan atau melalui pendaftaran.⁵

Perkataan merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seorang atau sekelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain yang memiliki daya pembeda maupun

² Khoirul Hidayah, 2017, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Malang, Setara Press, hlm. 1.

³ Tim Lindsey (et.al), 2011, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung. PT Alumni, hlm. 3.

⁴ Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, pasal 1.

⁵ Adil, S., 2013, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Bandung. Mitra Wacana Media. hlm. 129.

sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa.⁶

Dengan adanya pendaftaran merek, investasi dalam bidang marketing yang dilakukan oleh pengusaha tidak akan sia-sia. Bayangkan saja apabila pengusaha sudah melakukan marketing yang baik, namun belum mendaftarkan merek produk yang dijual atau diproduksinya, maka peluang pengusaha lain yang jahil atau kompetitor dapat memasarkan produk yang identik atau mirip sehingga pelanggan dapat menjadi bingung dan beralih yang berujung menimbulkan kerugian di sisi pengusaha pemilik merek yang sebenarnya.

Adanya persaingan didalam usaha itu wajar, namun jika dalam niatannya bertujuan untuk menduplikasi karya yang dalam hal ini bermakna plagiarisme berarti sudah menyalahi aturan hukum yang berlaku. Tujuan hukum persaingan yang sehat adalah kompetisi itu sendiri. Tujuan inilah yang juga diinginkan, dimana pada dasarnya bertujuan untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang curang atau tidak beritikad baik dalam menjalankan usahanya, sehingga kekayaan intelektual tidak dilihat secara skeptis.

Pengorbanan seperti itu tentunya menjadikan karya yang dihasilkan memiliki nilai yang patut dihargai. Ditambah lagi dengan adanya manfaat yang dapat dinikmati dari sudut ekonomi. Karya-karya seperti ini tentunya memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Merek dapat menjadi bagian penting dari kelancaran dan pengembangan perdagangan barang dan jasa yang terjadi pada era globalisasi,

⁶ Kusnu Goesniadhie S, 2013, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta, Raja Grafindo, hlm. 345.

karena merek adalah bagian karya dan wujud intelektual yang harus dilindungi.⁷ Keberadaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis dalam era perdagangan global, tampaknya sudah sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia.

Dalam hal ini, sesungguhnya pemerintah sudah memberikan perhatiannya kepada masyarakat melalui ketentuan merek yang berlaku sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang kemudian di tahun 2016 undang-undang tersebut diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis dan setelah pemberlakuan Undang-Undang Cipta Kerja, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis mengalami beberapa perubahan pada pasalnya sebagai akibat dari pemberlakuan Undang-Undang Cipta Kerja, namun pada pokok pembahasan permasalahan merek yang terjadi sekarang ini kami rasa belum menemukan solusi yang tepat.

Secara subjektif kami beranggapan bahwa dengan memahami isi dan keberadaan Undang-Undang tentang Merek Dan Indikasi Geografis secara lebih mendalam, hal tersebut akan sangat bermanfaat bagi perusahaan pemilik merek, mereka dapat menyebarluaskan mereknya dengan aman dan nyaman lewat cara publikasi yang baik melalui media cetak dan/atau media elektronik lainnya guna mendongkrak pemasaran produk yang pengusaha/perusahaan miliki.

Selama kurang lebih 20 tahun berlakunya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang kemudian di tahun 2016 undang-undang

⁷ Charles Yeremia, 2014, ***Tinjauan Yuridis Pembatalan Merek Dagang Terdaftar Terkait Prinsip Itikad Baik (Good Faith) Dalam Sistem Pendaftaran Merek***, (studi putusan nomor 356 K/Pdt.sus-HaKI/2013), (Universitas Brawijaya). Hlm. 1.

tersebut diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis kemudian disusul oleh pemberlakuan Undang-Undang Cipta Kerja, tercatat masih terdapat kelemahan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan praktek ataupun tuntutan pelayanan kebutuhan hukum kepada masyarakat (pengusaha perorangan/perusahaan pemilik merek). Oleh karena itu perbaikan dan penyempurnaan terhadap kelemahan ketentuan dalam Undang-undang ini sangat diperlukan dan dimaksudkan untuk:

1. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat pemohon pendaftaran Merek.
2. Memberikan kemudahan dan pemahaman yang lebih jelas kepada masyarakat dalam proses pendaftaran Merek.
3. Memberikan perlindungan dan kepastian hukum terhadap pemilik Merek terdaftar dari kemungkinan pelanggaran Merek yang dilakukan oleh pihak lain.
4. Menyesuaikan aturan hukum di bidang Merek dengan ketentuan-ketentuan internasional di bidang Merek yang telah diratifikasi dan atau diakselerasi oleh Indonesia.

Dewasa ini perkembangan hukum merek bukan hanya untuk mendasarkan kepentingan hukum baik pidana maupun perdata semata tetapi juga kepentingan nasional. Pembaharuan hukum merupakan kesadaran Indonesia untuk menjadi bagian dari globalisasi dunia, sehingga dapat memberikan manfaat terbaik bagi perekonomian nasional. Dalam pembentukan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, alenia ke 4 menegaskan bahwa bagian dari tujuan pembentukan pemerintah Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan

umum, sehingga memerlukan pengembangan kewirausahaan baik mikro, kecil dan menengah.

Namun dalam prakteknya dilapangan timbulah kekaburan norma terkait penerapan pasal 22 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, didalam pasal tersebut menyebut "Terhadap Merek terdaftar yang kemudian menjadi nama generik, setiap orang dapat mengajukan permohonan Merek dengan menggunakan nama generik dimaksud dengan tambahan kata lain sepanjang ada unsur pembeda". Pada pasal ini terdapat kegamangan sehingga menyebabkan pendaftar memiliki penafsiran yang berbeda (multitafsir), hal inilah yang pada akhirnya menimbulkan permasalahan terkait pendaftaran dan penolakan merek. Dimana permasalahan yang mungkin muncul adalah banyaknya pendaftaran merek yang sama, terdaftar secara legal pada website pangkalan data kekayaan intelektual milik Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual KEMENKUMHAM RI yang dikemudian hari menimbulkan sengketa diantara pendaftar sehingga menimbulkan kerugian baik secara materiil, psikologi dan nama baik perseorangan ataupun badan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Tinjauan Yuridis Terhadap Merek Terdaftar Yang Menjadi Merek Generik Menurut Pasal 22 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis"**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan terkait kepemilikan merek generik berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis?
2. Analisis yuridis terhadap penerapan Pasal 22 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis ini berlaku dan mengatur hak kepemilikan merek seseorang atau badan usaha?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam tahap akhir bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya di Perguruan Tinggi maka diperlukan adanya suatu karya tulis yang bersifat ilmiah dan nyata atas kemampuan akademik selama mengikuti pendidikan. Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini yang terjadi dari dua tujuan yaitu:

1.3.1. Tujuan Umum

1. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami Bagaimana Proses Yang Benar Terkait Pendaftaran Merek di Indonesia.
2. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya dalam bidang penelitian hukum yang dilakukan oleh mahasiswa dan sebagai perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
3. Untuk melatih syarat akhir perkuliahan untuk mencapai kelulusan meraih Gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan memahami Proses Pendaftaran Merek di Indonesia sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan memahami penerapan Pasal 22 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis ini berlaku dan mengatur hak kepemilikan merek seseorang atau badan usaha.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari pembahasan terhadap permasalahan yang telah dirumuskan ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, dan meningkatkan wawasan terutama dalam ilmu hukum, yaitu tentang bagaimana penerapan Pasal 22 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis ini berlaku dan mengatur hak kepemilikan merek seseorang.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat untuk memperdalam dan menerapkan teori yang diperoleh.

2. Bagi Universitas Mahasaraswati Denpasar

Agar dapat bermanfaat sebagai pedoman dalam penelitian-penelitian berikutnya.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengambil kebijakan.

1.5. Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, metode yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1.5.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Dimana penelitian normatif mengenai implementasi ketentuan hukum normatif (Undang-Undang). Mengenai penelitian ini hanya fokus terhadap bahan-bahan hukum saja.

1.5.2. Jenis Pendekatan

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Undang-Undang (*statute approach*) dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani,⁸ dan menggunakan pendekatan kasus (*case approach*).

1.5.3. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

1. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer adalah bahan hukum yang mengikat, seperti konstitusi, peraturan perundang-undangan yang berlaku yang

⁸ Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Cetakan Keenam, Jakarta Kencana Prenada Media Group, hlm. 93.

mengatur tentang permasalahan tersebut. Adapun beberapa Bahan Hukum Primer yang penulis gunakan meliputi:

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek
- Peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang sifatnya membantu atau menunjang bahan hukum primer dalam penelitian yang akan memperkuat penjelasan di dalamnya. Yang dimaksud dengan bahan sekunder adalah jurnal hukum dan internet.

1.5.4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan Bahan Hukum dikumpulkan melalui identifikasi peraturan perundang-undangan, serta klasifikasi dan sistematisasi bahan hukum sesuai permasalahan penelitian. Dengan demikian teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan adalah dengan studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mencatat membuat ulasan bahan-bahan pustaka, maupun penelusuran melalui media internet yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

1.5.5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Analisis adalah tindak lanjut proses pengolahan bahan yang sudah didapatkan oleh seorang peneliti yang memerlukan ketelitian dan daya pikir secara optimal. Analisis penelitian ini dilakukan dengan cara mengkritik, mendukung, atau membuat komentar, kemudian membuat suatu simpulan terhadap hasil penelitian dengan pikiran sendiri dan bantuan kajian pustaka.

1.6. Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup masalah merupakan bingkai penelitian, yang menggambarkan batas penelitian, mempersempit permasalahan, dan membatasi areal penelitian.

Untuk memudahkan pembahasan mengenai judul skripsi ini, terlebih dahulu penulis akan mengemukakan arti istilah yang terkandung dalam judul tersebut. Sehingga tidak akan terjadi kerancuan pembahasan rumusan masalah mengenai: Apa yang dimaksud unsur pembeda dalam Pasal 22 Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta bagaimana cara menentukan bahwa suatu merek terdaftar dapat menjadi nama generik dan dapat digunakan oleh Pemohon/Pihak lain.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam membuat sebuah karya tulis agar mudah untuk dipahami maka perlu disusun secara sistematis. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dalam 5 (lima) bab.

- Bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian yang hendak dicapai, manfaat penelitian, metodologi penelitian, ruang lingkup masalah, dan sistematika penulisan skripsi.
- Bab II pada bab ini penulis memaparkan sejumlah landasan teori dari para pakar dan doktrin hukum berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang diangkat.
- Bab III merupakan pembahasan atas rumusan masalah pertama.
- Bab IV merupakan pembahasan atas rumusan masalah kedua.
- Bab V penutup, bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang terdiri dari simpulan hasil penelitian dan saran dari penulis yang bertujuan untuk masukan.

