

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hak merupakan sesuatu yang harus dilindungi dan dijamin kemanannya oleh pemerintah, dengan adanya jaminan perlindungan hak tersebut tentunya akan memberikan rasa kenyamanan kepada masyarakat. Hak yang dimaksud adalah bagian dari pada kepemilikan setiap orang yang dimungkinkan akan diklaim pihak lain nantinya. Dalam perkembangannya hak milik ini adalah sesuatu yang memiliki nilai ekonomis yang tentunya sangat dibutuhkan dalam bidang perindustrian. Sehingga seiring berkembangnya perindustrian serta perekonomian, telah menjadikan hak merek menjadi salah satu aspek penting dalam dunia perdagangan dan pemasaran karena para pelaku usaha sedang berlomba-lomba untuk memasarkan hasil produk/jasa yang ditawarkannya.<sup>1</sup>

Merek diterapkan dalam dunia perdagangan dan periklanan dikarenakan masyarakat umum cenderung menghubungkan suatu bayangan atau kesan, mutu dan martabat barang atau jasa dengan merek tertentu. Maka dengan adanya merek tersebut dapat memberikan rasa kepuasan tersendiri kepada masyarakat, karena dengan adanya merek dagangan tersebut masyarakat dapat memberikan penilaian setiap produk yang dipasarkan. Reputasi merek dari suatu barang atau jasa biasanya diiringi dengan kualitas

---

<sup>1</sup>Semaun, S. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa*. DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum, 14(1), 108-124. 2016. H. 108.

yang ditawarkan oleh para pelaku usaha. Jadi secara tidak langsung, terdapat suatu stereotip yang terletak di suatu barang/jasa dan mempengaruhi konsumen dalam memilihnya.<sup>2</sup>

Terhadap kepemilikan hak merek tentunya dalam hal ini harus menjadi perhatian pemerintah untuk memberikan perlindungan, karena dengan adanya perlindungan tersebut tentunya akan memberikan suatu gambaran bahwa adanya kepastian hukum di Indonesia. Kedudukan dan kepemilikan hak merek sendiri harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Maka untuk itu pemerintah membentuk Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut ). Pasal 1 angka 1 UU No. 20 Tahun 2016 menjelaskan bahwa “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Hak merek bersifat hak eksklusif bagi setiap orang maupun perusahaan yang pertama kali mendaftarkannya juga merupakan hak moral dan hak ekonomi. Perlindungan hukum merek dagang juga terkait dengan kepentingan

---

<sup>2</sup>Tim Lindsey. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Alumni., Bandung. 2005, h.131

ekonomi masyarakat. Merek yang didaftarkan akan dilindungi secara normatif sekaligus konstitutif, merupakan prasyarat transendental yang mendasari tiap hukum positif yang bermartabat.<sup>3</sup> Merek yang dibuat oleh pelaku bisnis atau perusahaan bertujuan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi. Merek dapat disebut sebagai tanda pengenal asal barang atau jasa yang berhubungan dengan tujuan pembuatannya. Bagi produsen merek berfungsi sebagai jaminan nilai hasil produksi yang berhubungan dengan kualitas dan kepuasan konsumen.<sup>4</sup>

Namun perlindungan atau jaminan hukum sebagaimana diatur UU No. 20 Tahun 2016 tidak serta merta dapat sepenuhnya merek terlindungi, sehingga sebagian besar merek juga dapat dipergunakan secara bebas tanpa memperhatikan aturan-aturan yang ada. Permasalahan penyalahgunaan merek tersebut harus diatasi dengan usaha-usaha hukum guna melindungi merek sebagai karya intelektual manusia. Persaingan dagang yang semakin besar mendorong orang lain melakukan perdagangan dengan jalan pintas/ meniru atau menggunakan merek terkenal untuk dijadikan alasan menjual produknya.<sup>5</sup> Tindakan tersebut merupakan tindakan yang berusaha untuk menyamai suatu merek barang atau jasa guna menumpang keterkenalan

---

<sup>3</sup>Abdulkadir, *Implementasi Cita Hukum dan Penerapan Asas-asas Nasional Sejak Lahirnya Orde Baru, Majalah Hukum Nasional*, BPHN Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia. No. 1, 1995, hlm. 27

<sup>4</sup>Wiratmo Dianggoro, *Pembaharuan Undang-Undang Merek dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis*, Yayasan Perkembangan Hukum Bisnis, Jakarta. 1997. h. 34

<sup>5</sup>OK. Saidin, *Aspek Hukum Intelektual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2002, h. 329

suatu merek, mengakibatkan kerugian. Menurut Z. Asikin Kusumah Atmadja bahwa ditinjau dari segi hukum, suatu penemuan atau hasil karya atau produk hanya akan mempunyai arti bagi pemiliknya kalau bagi pemilik tersebut tersedia sarana hukum untuk melindungi hasil karyanya terhadap perbuatan-perbuatan orang lain (kompetitor) mencari keuntungan yang tidak sehat dalam perdagangan dengan cara meniru produk hasil karya tersebut.<sup>6</sup>

Demikian disampaikan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Banten, menyampaikan di wilayah Provinsi Banten saja, dalam jangka waktu beberapa tahun ke belakang tidak pernah terjadi penurunan jumlah permohonan Kekayaan Intelektual. Sayangnya, peningkatan jumlah permohonan Kekayaan Intelektual, tidak diikuti dengan penurunan jumlah tindak pidana di bidang Kekayaan Intelektual. Bahkan, Data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM menunjukkan adanya kenaikan jumlah pengaduan tindak pidana kekayaan intelektual. “Pada tahun 2022 terdapat 31 pengaduan yang terdiri dari 16 kasus Merek, 13 kasus Hak Cipta, 1 kasus Paten dan 1 kasus Desain Industri, sedangkan pada tahun 2023 naik menjadi 50 pengaduan yang terdiri dari 31 kasus Merek, 18 kasus Hak Cipta, dan 1 kasus Rahasia Dagang”. Tak main-main, tindak pidana kekayaan intelektual itu bisa menimbulkan dampak yang sangat beragam,

---

<sup>6</sup>Z. Asikin Kusumah Atmadja, *Beberapa catatan atas Makalah Sdr. Bambang Kesowo, SH. LLM, Perlindungan Hukum Hak milik Perindustrian, Seminar Hak Milik Perindustrian* Fakultas Hukum Universitas Tarumanegara Jakarta, 1987. H. 23-24

mulai dari kerugian ekonomi yang signifikan, penurunan insentif untuk inovasi, dan hingga hilangnya lapangan pekerjaan.<sup>7</sup>

Sejalan dengan latar belakang diatas hal serupa juga terjadi pada Kepemilikan Hak Merek BB Bakery sebagaimana dalam Putusan Nomor: 74/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst. dalam perkara tersebut adanya unsur pemakaian merek orang lain tanpa adanya ijin, sehingga setelah beredarnya di public pemilik sesungguhnya merasa ada penurunan pendapatan. Sehingga setelah ditelusuri bahwa merek dagangannya telah digunakan orang lain yang mengakibatkan dirinya mengambil langkah hukum. Berdasarkan permasalahan tentang perlindungan merek, penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk meneliti sengketa-sengketa merek serta bagaimana pertanggungjawaban serta kepastian hukum dalam memberikan perlindungan bagi pemilik merek sesungguhnya. Penelitian yang dilakukan mengkaji asas keadilan, kepastian hukum dan asas kemanfaatan hukum dalam menyelesaikan sengketa merek di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis memilih judul penelitian yaitu **“Analisis Yuridis Terhadap Perselisihan Kepemilikan Hak Merek BB Bakery (Studi Putusan Nomor: 74/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst)”**.

---

<sup>7</sup>Kemenkumham Kantor Wilayah Banten, ***Ngerinya Dampak Tindak Pidana KI, Bisa Timbulkan Kerugian Ekonomi Sampai Hilangnya Lapangan Pekerjaan***, <https://banten.kemenkumham.go.id.>, diakses pada tanggal 28 Mei 2024 Pukul 10:00 WIB

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaturan hukum Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana pertanggungjawaban hukum dalam sengketa kepemilikan Hak Merek BB Bakery?
3. Bagaimana pertimbangan hukum Hakim dalam Putusan Nomor: 74/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum Merek dan Indikasi Geografis?
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban hukum dalam sengketa kepemilikan Hak Merek BB Bakery
3. Untuk mengetahui pertimbangan hukum Hakim dalam Putusan Nomor: 74/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt.Pst?

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat :

1. Secara teoritis diharapkan menjadi bahan untuk pengembangan wawasan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, menambah dan melengkapi perbendaharaan dan koleksi ilmiah serta memberikan kontribusi pemikiran yang menyoroti dan membahas mengenai pentingnya mengetahui dasar hukum dan unsur-unsur Perselisihan Kepemilikan Hak Merek.
2. Secara praktis :

- a. Sebagai masukan kepada pemerintah agar dapat mempertegas kepastian hukum mengenai Perselisihan Kepemilikan Hak Merek.
- b. Memberikan sumbangsih pemikiran dan informasai ilmiah bagi Akademisi dan masyarakat khususnya mengenai penanganan perkara Perselisihan Kepemilikan Hak Merek.

#### **E. Definisi Operasional**

1. Perselisihan adalah perbuatan yang timbul karena tidak dipenuhinya hak, akibat adanya perbedaan pelaksanaan atau penafsiran terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan, perjanjian kerja, peraturan perusahaan, atau perjanjian kerja bersama
2. Kepemilikan adalah kekuasaan yang didukung secara sosial untuk memegang kendali terhadap sesuatu yang dimiliki secara eksklusif dan menggunakannya untuk tujuan pribadi.
3. Pasal 1 Angka 5 UU Nomor 20 Tahun 2016 menyebutkan Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri -Meiek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.
4. Merek adalah adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak

dengan memberikan tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan di tempat penggembalaan bersama secara luas.<sup>8</sup>

5. Merek BB BAKERY dengan logo , terdaftar dengan Nomor Registrasi IDM000410535 di kelas 35, dengan keterangan translasi "BB = singkatan nama pemohon Bujung Benjamin", berlaku sampai dengan tanggal 15 Agustus 2031.

---

<sup>8</sup>Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, Raja Grafindo. Jakarta, 2004, h. 345

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### D. Tinjauan Umum Tentang Merek

##### 1. Pengertian Merek

Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti penggunaan cap dan tanda lainnya yang memiliki daya pembeda sehingga dapat membedakan barang atau milik seseorang dan milik orang lain yang memiliki persamaan. Bukan hanya itu merek juga merupakan suatu atribut produk yang dianggap penting terutama dalam menumbuhkan persepsi positif, dan konsumen akan percaya setelah menilai atribut yang dimiliki suatu merek, persepsi yang positif dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tersebut akan menciptakan citra merek.<sup>9</sup> Pada akhirnya merek merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli.

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 20 mengenai Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2016 menyebutkan: “Merek merupakan 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 barang maupun jasa”. Menjadi unsur pembeda, maka merek dalam satu pengelompokan baik dalam bentuk barang

---

<sup>9</sup>Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek*, Akademika Pressindo. Jakarta, 1989, h. 44

atau jasa tak diperkenankan memiliki kemiripan satu dengan yang lain. Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi kedua dari Departement Pendidikan dan Kebudayaan, merek didefinisikan sebagai atribut yang para pengusaha gunakan untuk menandai hasil produksi mereka.<sup>10</sup>

Selain definisi merek menurut Undang-Undang dan Kamus Besar, para ahli juga memberikan opini mereka mengenai pengertian merek. Berikut penjelasan mengenai definisi merek yang dipaparkan oleh ahli. a. Menurut Purwo Sutjipto, merek adalah suatu wujud pengenal, dengan nama pada satu objek yang dijadikan hak individu sehingga dapat menjadi unsur pembeda dengan yang lain yang memiliki persamaan.<sup>11</sup> Menurut Tritaamidjaya yang mengutip opini Vollmar, merek pabrik merupakan lambang yang disematkan di atas sebuah barang atau di atas sampul atau lapisan yang membungkus barang tersebut yang berfungsi sebagai elemen pembeda.<sup>12</sup> Menurut Suryodiningrat, merek digambarkan sebagai penanda berupa kata-kata atau tulisan yang dibubuhkan pada pembungkus dari produk suatu pabrik yang mana hal tersebut mengindikasikan bahwa produk tersebut berbeda dengan produk yang diproduksi usahawan lainnya.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup>Getas I Gusti Gede, *Peran Merek Dalam Dunia Usaha*, Upada Sastra, Denpasar, 1996, h. 2

<sup>11</sup>H.M.N. Purwo Sutjipto. *Pengertian Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, Jakarta. 1983, h. 82

<sup>12</sup>Mr. Tirtaamidjaya, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan, Jakarta. 1962, h. 80.

<sup>13</sup>Suryodiningrat, RM, *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, Pradnya Paramitha, Jakarta, 1975. h.. 30

Dengan meninjau opini-opini di atas, bisa dilakukan penarikan kesimpulan bahwasanya merek merupakan suatu label (atribut) dari suatu perusahaan yang wujudnya dapat berupa nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, termasuk gabungan dari keseluruhan aspek yang mengindikasikan atribut sebuah barang atau jasa dari pihak yang melakukan penjualan dan memberikan adanya indikasi disimilaritas antara barang atau produk yang satu dengan produk lainnya.

## 2. Jenis-Jenis Merek

Dari rumusan Pasal 1 ayat (1) di atas dapat diketahui bahwa adapun unsur-unsur dari sebuah merek adalah:

- a. Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna ataupun kombinasi dari gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna tersebut.<sup>14</sup> Penjelasan dari unsur-unsur diatas yaitu:

- 1) Gambar

Pengertian gambar bisa berupa lukisan (*drawing*), gambar tehnik (*mechanical drawing*) baik yang dihasilkan oleh tangan maupun oleh mesin atau alat elektronik.

- 2) Nama

---

<sup>14</sup>Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, Citra Aditya Bakti: Bandung, 1996, h. 183- 221.

Unsur kedua yang dapat dijadikan merek ialah nama, nama sebagai merek meliputi segala jenis benda budaya, barang ekonomi, makhluk hidup atau benda mati. Meliputi juga nama perorangan, keluarga, dan badan hukum, dan juga termasuk nama yang diambil dari geografi seperti gunung, kota, daerah, sungai atau nama tempat lainnya.<sup>15</sup>

3) Kata Jangkauan penggunaan kata menjadi merek meliputi segala bentuk perkataan, misalnya:

- a) Perkataan asing, nasional dan daerah
- b) Bisa kata sifat, kata kerja dan kata benda
- c) Boleh diambil dari istilah bidang tertentu, seperti istilah politik, budaya, agama, pendidikan, kesehatan, teknik, olahraga, dan sebagainya.

b. Memiliki daya pembeda dengan merek lain sejenis.

Daya pembeda dari suatu merek adalah unsur yang sangat penting karena pendaftaran merek berkaitan dengan pemberian monopoli atas nama atau simbol (atau dalam bentuk lain), para pejabat hukum di seluruh dunia tidak ingin memberikan hak eksklusif dari suatu merek kepada pelaku usaha. Keengganan ini disebabkan karena pemberian hak eksklusif tadi akan menghalangi orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Oleh karena itu, sebuah merek harus mengandung daya pembeda yang dapat

---

<sup>15</sup>*ibid*, h. 185

membedakan barang atau jasa dari pelaku usaha tersebut dengan barang atau jasa pelaku usaha lain yang sejenis.<sup>16</sup>

c. Digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Berdasarkan pada Undang-Undang Merek ini pula terdapat pengertian merek yang lain yaitu merek dagang dan merek jasa, pengertian dari masing-masing merek tersebut yaitu berdasarkan Pasal 1 ayat (2) pengertian merek dagang adalah: “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.” Berdasarkan Pasal 1 ayat (3) pengertian merek jasa yaitu adalah: “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.”

Selain merek dagang dan merek jasa terdapat satu lagi pengertian merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yaitu merek kolektif, seperti yang tercantum dalam Pasal 1 ayat (4), rumusan selengkapnya yaitu sebagai berikut: “Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama diperdagangkan oleh

---

<sup>16</sup>Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni: Bandung, 2005, h. 135-136.

beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.”

Berdasarkan batasan pengertian tentang merek tersebut di atas, suatu merek pada hakikatnya adalah suatu tanda, akan tetapi agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek harus memiliki daya pembeda. Maksud dari daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil dari suatu produksi perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya, namun pengertian daya pembeda itu pun memiliki batasan dan tidak dapat diterima sebagai merek apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti gambar benang kusut.<sup>17</sup> Pada dasarnya merek terdiri dari dua bagian yaitu bagian yang dapat diucapkan yaitu nama merek, dan bagian merek yang dapat dikenali tapi tidak dapat diucapkan yaitu tanda merek.

### **3. Fungsi dan Manfaat Merek**

Merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi 1 (satu) perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa, sekaligus mempunyai fungsi menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan

---

<sup>17</sup>Suyud Margono, *Komersialisasi Aset Intelektual*, Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta, 2002, h. 30.

produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan.<sup>18</sup>

Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh Commercial Advisory Foundation in Indonesia (CAFI). bahwa masalah paten dan trademark di Indonesia memegang peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman modal.<sup>19</sup> Menurut P.D.D. Dermawan, fungsi merek itu ada tiga yaitu :

- a. Fungsi indikator sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional.
- b. Fungsi indikator kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi.
- c. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut.

Menurut Dirjen HKI Pemakaian merek berfungsi sebagai: a. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau

---

<sup>18</sup>Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti: Bandung, 2010, h. 409

<sup>19</sup>Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, *Hak Kekayaan Intelektual*,. Citra Aditya Bakti: Bandung, 2003, h. 171

beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya; b. Sebagian alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya; c. Sebagai jaminan atas mutu barangnya d. Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.

Berdasarkan fungsi dan manfaat inilah maka diperlukan perlindungan hukum terhadap produk hak merek, ada 3 (tiga) hal yaitu: a. Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek; b. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak; c. Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.<sup>20</sup>

#### **4. Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual**

Dalam Konsepsi Hak Kekayaan Intelektual, ada beberapa elemen yang menjadi bagian dari istilah Hak Kekayaan Intelektual antara lain hak, kekayaan, dan intelektual. Ketiga elemen tersebut termasuk elemenelemen yang saling terhubung.<sup>21</sup> Kemampuan intelektual yang dimiliki individu dapat menghasilkan suatu kreasi, dan kreasi tersebut dikategorikan menjadi 3 kategori, antara lain:

---

<sup>20</sup>Iswi Haryani, *Prosedur Mengurus Hki Yang Benar*, Pustaka Yustisia: Yogyakarta, 2010, h 89

<sup>21</sup>Syopiansyah Jaya Putra dan Yusuf Durrachman, *Etika Bisnis dan Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta*, Lembaga Penelitian. UIN Jakarta, 2009, h. 113

- a. Ciptaan, yaitu output dari suatu karya yang dikreasikan seseorang dalam wujud yang unik dan istimewa dalam hal pengetahuan, kesenian, dan sastra. Sementara itu, hak yang terkandung dalam ciptaan diistilahkan sebagai hak cipta.
- b. Penemuan diartikan sebagai aktivitas dalam memecahkan suatu permasalahan di bidang teknologi yang mencakup proses ataupun output dari produksi atau perbaikan dan peningkatan proses atau hasil produksi. Hak yang ada pada penemuan dinamakan hak paten.
- c. Merek ditunjukkan sebagai label yang berbentuk gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau gabungan antara elemenelemen tersebut yang menunjukkan daya pembeda dan diaplikasikan dalam aktivitas dagang atau jasa. Hak yang ada pada merek dinamakan hak atas merek.<sup>22</sup>

Aturan dalam berbagai wujud karya intelektual telah ditetapkan pemerintah Indonesia dalam bentuk Undang- Undang, Pemerintah, Keputusan Presiden, termasuk Keputusan Menteri.

## **E. Tinjauan Umum Penyelesaian Sengketa**

### **1. Gugatan atas Pelanggaran Merek**

Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan melalui Pengadilan Niaga terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang

---

<sup>22</sup>Abdulkadir Muhammad, *Hukum Harta Kekayaan*, Citra Aditya Bakti, Bandung. 1994, h. 111.

mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis. Gugatan dapat berupa:

- a. gugatan berupa ganti rugi, dan/atau
- b. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Gugatan dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar baik secara sendiri maupun bersama sama dengan pemilik merek yang bersangkutan.<sup>23</sup> Ganti rugi dapat berupa ganti rugi materiil dan ganti rugi immateriil. Ganti rugi materiil berupa kerugian yang nyata dan dapat dinilai dengan uang, sedangkan ganti rugi immateriil berupa tuntutan ganti rugi yang disebabkan oleh penggunaan merek dengan tanpa hak, sehingga pihak yang berhak menderita kerugian secara moril.

Selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar, atas permohonan pemilik merek atau penerima lisensi selaku penggugat, hakim dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran dan/atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak. Jika tergugat dituntut menyerahkan barang yang menggunakan merek secara tanpa hak, hakim dapat memerintahkan bahwa penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap.

---

<sup>23</sup>Iswi Hariyani, *Op.Cit.*, h 114

## 2. Tata Cara Gugatan Oada Pengadilan Niaga

Gugatan pembatalan pendaftaran merek diajukan melalui Ketua Pengadilan Niaga dalam wilayah hukum tempat tinggal tergugat, dalam hal tergugat bertempat tinggal di luar wilayah Indonesia, gugatan diajukan melalui Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Panitera mendaftarkan gugatan pembatalan pada tanggal gugatan diajukan dan kepada penggugat diberikan tanda terima tertulis yang ditandatangani panitera dengan tanggal yang sama dengan tanggal pendaftaran gugatan.<sup>24</sup>

Panitera menyampaikan gugatan pembatalan kepada Ketua Pengadilan Niaga paling lama 2 (dua) hari sejak gugatan didaftarkan. Paling lama 3 (tiga) hari sejak gugatan didaftarkan, Pengadilan Niaga menetapkan hari sidang. Sidang pemeriksaan atas gugatan pembatalan diselenggarakan paling lama 60 (enam puluh) hari setelah gugatan didaftarkan. Pemanggilan para pihak dilakukan oleh juru sita paling lama 7 (tujuh) hari setelah gugatan pembatalan didaftarkan. Putusan atas gugatan pembatalan harus diucapkan paling lama 90 (sembilan puluh) hari setelah gugatan didaftarkan dan dapat diperpanjang paling lama 30 (tiga puluh) hari atas persetujuan Ketua Mahkamah Agung. Putusan yang memuat secara lengkap pertimbangan hukum yang mendasari putusan tersebut harus diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum dan dapat dijalankan terlebih dahulu meskipun terhadap

---

<sup>24</sup>*ibid*, h. 141

putusan tersebut diajukan suatu upaya hukum. Isi Putusan Pengadilan Niaga wajib disampaikan oleh juru sita kepada para pihak paling lama 14 (empat belas) hari setelah putusan atas gugatan pembatalan diucapkan.<sup>25</sup>

Putusan Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi. Permohonan kasasi diajukan paling lama 14 (empat belas) hari setelah tanggal putusan yang dimohonkan kasasi diucapkan atau diberitahukan kepada para pihak dengan mendaftarkan kepada panitera yang telah memutus gugatan tersebut. Panitera mendaftarkan permohonan kasasi pada tanggal permohonan yang bersangkutan diajukan dan kepada pemohon kasasi diberikan tanda terima tertulis yang ditandatangani oleh panitera dengan tanggal yang sama dengan tanggal penerimaan pendaftaran.

Pemohon kasasi sudah harus menyampaikan memori kasasi kepada panitera dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal permohonan kasasi didaftarkan panitera wajib mengirimkan permohonan kasasi dan memori kasasi kepada pihak termohon kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah permohonan kasasi didaftarkan. Termohon kasasi dapat mengajukan kontra memori kasasi kepada panitera paling lama 7 (tujuh) hari setelah tanggal termohon kasasi menerima memori kasasi dan panitera wajib menyampaikan kontra memori kasasi kepada pemohon kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah kontra memori kasasi diterima oleh panitera. Panitera wajib menyampaikan

---

<sup>25</sup>*ibid*, h. 141

berkas perkara kasasi yang bersangkutan kepada Mahkamah Agung paling lama 7 (tujuh) hari kemudian Mahkamah Agung wajib mempelajari berkas perkara kasasi dan menetapkan hari sidang paling lama 2 (dua) hari setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung.

Sidang pemeriksaan atas permohonan kasasi dilakukan paling lama 60 (enam puluh) hari setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung. Putusan atas permohonan kasasi harus diucapkan paling lama 90 (sembilan puluh) hari setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung.<sup>29</sup> Putusan atas permohonan kasasi yang memuat secara lengkap pertimbangan hukum yang mendasari putusan tersebut harus diucapkan dalam sidang yang terbuka untuk umum. Panitera Mahkamah Agung wajib menyampaikan isi putusan kasasi kepada panitera paling lama 3 (tiga) hari setelah tanggal putusan atas permohonan kasasi diucapkan. Juru sita wajib menyampaikan isi putusan kasasi kepada pemohon kasasi dan termohon kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah putusan kasasi diterima.

### **3. Penetapan Sementara Pengadilan**

Untuk rangka memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek terdaftar, hakim Pengadilan Niaga dapat menetapkan penetapan sementara pengadilan. UU Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa berdasarkan bukti yang cukup pihak yang haknya dirugikan dapat meminta hakim Pengadilan Niaga untuk menerbitkan surat penetapan sementara tentang:

- a. Pencegahan masuknya barang yang berkaitan dengan pelanggaran hak merek. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mencegah kerugian yang lebih besar pada pihak yang haknya dilanggar, sehingga Pengadilan Niaga diberi kewenangan untuk menerbitkan penetapan sementara guna mencegah berlanjutnya pelanggaran dan masuknya barang yang diduga melanggar hak merek ke jalur perdagangan termasuk tindakan importisasi;
- b. Penyimpanan alat bukti yang berkaitan dengan pelanggaran merek tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah pihak pelanggar menghilangkan barang bukti. Permohonan penetapan sementara diajukan secara tertulis kepada Pengadilan Niaga dengan persyaratan sebagai berikut:
  - 1) Melampirkan bukti kepemilikan merek, yaitu sertifikat merek atau surat pencatatan perjanjian lisensi bila pemohon penetapan adalah penerima lisensinya.
  - 2) Melampirkan bukti adanya petunjuk awal yang kuat atas terjadinya pelanggaran merek;
  - 3) Keterangan yang jelas mengenai jenis barang dan/atau dokumen yang diminta, dicari, dikumpulkan dan diamankan untuk keperluan pembuktian;

- 4) Adanya kekhawatiran bahwa pihak yang diduga melakukan pelanggaran merekakan dapat dengan mudah menghilangkan barang bukti; dan
- 5) Membayar jaminan berupa uang tunai atau jaminan bank, yang besarnya harus sebanding dengan nilai barang atau nilai jasa yang dikenai penetapan sementara pengadilan.

#### **4. Alternatif Penyelesaian Sengketa**

Penyelesaian sengketa atas hak merek juga dapat dilakukan di luar pengadilan, baik menggunakan arbitrase atau alternatif pilihan penyelesaian sengketa. Pasal 84 UUM menyatakan bahwa selain penyelesaian gugatan melalui Pengadilan Niaga, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui Arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Alternatif penyelesaian sengketa disini bisa berupa negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan sebagainya.

Alternatif penyelesaian sengketa adalah suatu bentuk penyelesaian sengketa diluar pengadilan berdasarkan kata sepakat (konsensus) yang dilakukan oleh para pihak yang bersengketa baik tanpa ataupun dengan bantuan para pihak ketiga yang netral. Penyelesaian sengketa melalui merek mempunyai keunggulan-keunggulan dibandingkan dengan penyelesaian sengketa melalui litigasi, diantaranya ialah adanya sifat kesukarelaan dalam proses karena tidak adanya unsur pemaksaan, prosedur yang cepat, keputusannya bersifat non judicial, prosedur rahasia, fleksibilitas dalam menentukan syarat-syarat penyelesaian masalah, hemat waktu dan hemat

biaya, tingginya kemungkinan untuk melaksanakan kesepakatan dan pemeliharaan hubungan kerja. Lembaga alternatif penyelesaian sengketa dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya ialah sebagai berikut:

- a. **Konsultasi**  
Konsultasi merupakan suatu tindakan yang bersifat personal antara suatu pihak tertentu, yang disebut dengan klien dengan pihak lain yang merupakan pihak konsultan, yang memberikan pendapatnya kepada klien tersebut untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan kliennya tersebut.
- b. **Negosiasi**  
Negosiasi adalah sarana bagi pihak-pihak yang bersengketa untuk mendiskusikan penyelesaiannya tanpa keterlibatan pihak ketiga. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), negosiasi diartikan sebagai penyelesaian sengketa secara damai melalui perundingan antara pihak-pihak yang bersengketa.
- c. **Mediasi**  
Mediasi adalah intervensi terhadap suatu sengketa oleh pihak ketiga (mediator) yang dapat diterima, tidak berpihak dan netral serta membantu para pihak yang berselisih mencapai kesepakatan secara sukarela terhadap permasalahan yang disengketakan.
- d. **Konsiliasi**  
Penyelesaian melalui konsiliasi dilakukan melalui seorang atau beberapa orang atau badan (komisi konsiliasi) sebagai penengah yang disebut konsiliator dengan mempertemukan atau memberi fasilitas kepada pihak-pihak yang berselisih untuk menyelesaikan perselisihannya secara damai. Konsiliator ikut serta secara aktif memberikan solusi terhadap masalah yang diperselisihkan.<sup>26</sup>

## **F. Hak Merek Dalam Pandangan Islam**

Merek dalam Islam adalah nama atau identitas yang baik dari suatu perusahaan dan membangun merek itu adalah hal yang penting tetapi harus dengan jalan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Adapun

---

<sup>26</sup>Kementrian Keuangan Republik Indonesia, *Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>, diakses pada tanggal 28 Mei 2024 Pukul 10:00 WIB

ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan citra merek yaitu surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 yang berbunyi:

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanlah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan berbuat kerusakan.”<sup>27</sup> Ayat ini menjelaskan bahwa cara menjaga kepercayaan konsumen akan suatu merek adalah dengan tidak memanipulasi dan merugikan pembeli dengan berbagai macam kecurangan seperti menipu dan mengurangi timbangan. Karena ketika konsumen mengetahui kecurangan itu maka konsumen tidak akan lagi mau membeli produk yang kita miliki.

Citra merek dalam Islam terdiri dari kejujuran dalam melakukan branding, menciptakan nama baik yang menunjukkan identitas dan kualitas, edukatif dalam hal ini adalah mengajak bukan memaksakan, rendah hati yaitu tidak menganggap merek mereka saat ini baik dan menuduh merek lain buruk. Dalam pemberian nama suatu produk, produsen harus memberikan nama-nama yang baik dan mengandung arti yang menunjukkan identitas, kualitas dan citra dari produk tersebut. Dengan nama yang baik dan singkat akan mudah diingat oleh konsumen, sehingga produk tersebut akan cepat direspon

---

<sup>27</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Sari Cipta Aksara, Surabaya 1993

dan dikenal oleh konsumen.<sup>28</sup> Maka dapat diketahui bahawa jika suatu produk memiliki citra yang baik maka produk tersebut akan mampu menarik perhatian konsumen dan apabila menggunakan syari'at Islam maka akan menimbulkan suatu kesan yang baik terhadap produk dan orang lain. Akan tetapi jika seseorang melakukan perkara yang menyalahi aturan yang ada dan tidak mau untuk memperbaikinya maka akan menimbulkan kesan yang tidak baik pula terhadap suatu produk atau orang lain.

Islam terhadap hak merek sebagai hak kekayaan intelektual diakui sebagai sesuatu bernilai material dan harus dilindungi. Berikut ini dasar hukum perlindungan hak merek dagang, sebagaimana dalam Al-Qur'an Allah s.w.t berfirman : yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu" (QS. An Nisa': 29). Pengakuan dan penghargaan hak atas kekayaan intelektual menjadi motivator kuat bagi para pemikir, ilmuwan dan penemu ide lainnya untuk menuangkan hasil pikiran mereka yang dapat berguna bagi kehidupan umat manusia. Agama Islam diturunkan guna mewujudkan dan melipat gandakan kemaslahatan umat manusia. Dan Islam datang guna

---

<sup>28</sup>Inayah Fitri, *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung, 2017, h, 47.

menghilangkan dan meminimalkan madharat yang mengancam mereka.<sup>29</sup> Perlindungan terhadap hak suatu merek merupakan bentuk kepemilikan harta yang diakui diperbolehkan syar'i. Maka merek juga termasuk harta dan hak milik yang dilindungi dalam Islam.

---

<sup>29</sup>Yoghi Arief Susanto, *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perspektif Masalah Al Mursalah*, Aktualita, Vol. 3 No. 1 2020 hal. 416 – 427, h. 423