

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Merek

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “merek” diartikan sebagai tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal (cap atau tanda) yang berfungsi untuk menyatakan nama. Definisi merek berdasarkan perspektif hukum yang disepakati secara internasional adalah “tanda atau serangkaian tanda yang menyatakan asal produk atau jasa dan membedakannya dari para pesaing.

Secara yuridis, definisi serupa juga tercantum dalam ketentuan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang mendefinisikan:¹¹

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua (2) dimensi dan/atau tiga (3) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua (2) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Selain beberapa batasan yuridis yang sudah dijelaskan diatas, ada juga beberapa ahli yang memberikan pendapatnya tentang merek, diantaranya 12:

1. Menurut Mollengraaf, merek yaitu dengan mana di pribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukan asal barang dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh lain.
2. Menurut Prof. Tim Lindsey dkk dalam buku “Hak Kekayaan Intelektual”: Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.

Pengusaha pada umumnya berupaya untuk mencegah pihak lain menggunakan merek milik mereka, karena melalui merek tersebut para pelaku usaha dapat membangun reputasi yang baik, memperoleh kepercayaan dari konsumen, serta menciptakan hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang digunakan secara konsisten oleh perusahaan. Pengertian merek tersebut menunjukkan bahwa mereka tidak hanya berfungsi sebagai lambang atau simbol dari suatu produk, tetapi juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari identitas produk itu sendiri. Merek memudahkan konsumen untuk mengenali dan mengingat suatu produk, serta membantu membedakannya dari produk lain yang sejenis milik pesaing.¹³

¹² Mira, E., Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar. Jurnal Hukum Samudera Keadilan, 11 (1). 2016. hal. 65-77.

¹³ Putra, F. N. D. Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak atas Merek terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Journal Mimbar Keadilan: Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus Surabaya*. 2014, hal. 240.

B. Fungsi Merek

Merek digunakan sebagai tanda untuk membedakan suatu produk yang dihasilkan oleh orang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain. Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk baik barang maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya.

Dirjen HKI mengemukakan mengenai fungsi merek dari adanya pemakaian merek adalah sebagai berikut :

1. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya.
2. Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya.
3. Sebagai jaminan atas mutu barangnya.
4. Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan

Menurut P.D.D Dermawan, fungsi merek ada tiga yaitu:¹⁴

1. Fungsi indikator sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan

¹⁴ Fahrizal Rahman Hasibuan, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Terkait Pemalsuan Merek (Studi Kasus Tentang Merek Cressida dan Damor)”, (*Undergraduate thesis*, Universitas Sumatera Utara, 2019). <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20928/150200238.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional.

2. Fungsi indikator kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi.
3. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut.

Tiga merek tersebut, menyebabkan perlindungan merek menjadi begitu sangat bermakna. Sesuai dengan fungsi merek, sebagai tanda pembeda, maka sejatinya antara merek yang dimiliki oleh seseorang tak boleh sama dengan merek yang dimiliki oleh orang lain.

C. Jenis, Bentuk dan Pendaftaran Merek

1. Jenis Merek

Berdasarkan Pasal 1 angka (2) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan *merek dagang* adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang, beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum, untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Selanjutnya, Pasal 1 angka (3) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan *merek jasa* adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang, beberapa orang secara bersama-sama,

atau badan hukum, untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.¹⁵

Undang-Undang Merek merumuskan pengertian merek kolektif dalam Pasal 1 ayat (4), yang menyatakan bahwa merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

2. Bentuk Merek

Bentuk merek merupakan wujud atau tampilan dari merek yang digunakan pada barang maupun jasa. Terdapat berbagai macam bentuk merek yang dapat diterapkan dalam kegiatan perdagangan. Menurut Suryatin, bentuk atau wujud merek dimaksudkan untuk membedakan suatu barang atau jasa dari barang atau jasa sejenis milik pihak lain. Oleh karena adanya perbedaan tersebut, maka dikenal beberapa jenis merek, yaitu:

- a. Merek lukisan
- b. Merek kata
- c. Merek bentuk
- d. Merek bunyi-bunyian
- e. Merek judul

¹⁵ Nafri, M, Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 2018, hal. 52-67.

3. Pendaftaran Merek

Seorang pengusaha dalam menjalankan kegiatan usahanya pasti menghasilkan suatu produk, baik berupa barang dagangan maupun jasa. Produk tersebut umumnya memiliki sebuah nama yang disebut merek. Suatu merek yang digunakan pada produk harus didaftarkan agar memperoleh perlindungan hukum dari negara. Tujuan dari pendaftaran merek adalah untuk mencegah pihak lain menggunakan nama merek yang sama atau serupa tanpa izin dari pemilik merek yang telah terdaftar. Merek tanpa suatu sertifikat, maka merek tersebut tidak dapat dilindungi. Mengenai siapa saja yang dapat mengajukan pendaftaran merek diatur dalam Pasal 1 Undang-Undang Merek, yaitu:

- a. Orang
- b. Badan hukum
- c. Beberapa orang atau badan hukum

Terdapat dua sistem pendaftaran merek yang dianut di Indonesia yaitu:

- a. Stelsel Deklaratif

Bahwa pendaftaran itu bukanlah menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan semacam dugaan, sangkaan hukum (*rechtsvermoeden*) atau *presumption iuris* bahwa pihak yang terdaftar adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama merek yang didaftarkan. Stelsel deklaratif dianggap kurang memberikan kepastian hukum. Bukannya pendaftar pertama yang 15

mendapatkan perlindungan hukum tetapi pemakai pertama atau dikenal dengan istilah *first to use*.¹⁶

b. Konstitutif

Bahwa pihak yang pertama kali melakukan pendaftaran merek merupakan pemilik yang sah atas merek tersebut, atau dikenal dengan sistem *first to file*. Dengan demikian, hak atas merek diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkannya, bukan kepada pihak yang pertama kali menciptakannya. Sistem inilah yang saat ini berlaku dan digunakan di Indonesia. Itikad Baik (*good faith*) adalah hal yang sangat penting yang akan Dijadikan sebagai pedoman terkait dengan pendaftaran merek oleh pendaftar, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menganut prinsip *first to file system*, yaitu bahwa hanya merek yang didaftarkan dengan itikad baik yang berhak memperoleh perlindungan hukum.

Bentuk itikad tidak baik dalam pendaftaran merek adalah ketika pendaftar memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mendompleng keterkenalan suatu merek terkenal demi kepentingan usahanya. Tindakan tersebut dapat menimbulkan kebingungan bagi konsumen, menciptakan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat, serta berpotensi mengecoh atau menyesatkan konsumen. Apabila suatu merek terdaftar ternyata

¹⁶ Balqis, A. R., Marilang, M., & Erlina, E, Penegakan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek di Kota Makassar. *Alauddin Law Development Journal*, 1(2). 2019

memiliki persamaan dengan merek yang telah terlebih dahulu terdaftar, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai pendaftaran dengan itikad tidak baik. Terhadap pendaftaran merek yang dilakukan dengan dasar itikad tidak baik, dapat diajukan upaya hukum berupa pembatalan merek.¹⁷

Ketentuan tersebut tercantum dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menyatakan bahwa:“(1) Gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21.” Dalam Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa: “(3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.”

Penjelasan Pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan “pemohon yang beritikad tidak baik” adalah pemohon yang patut diduga memiliki niat untuk meniru, menjiplak, atau mengikuti merek milik pihak lain demi kepentingan usahanya, sehingga menimbulkan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat, serta berpotensi mengecoh atau menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, pemohon yang

¹⁷ Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek Dalam Tatahan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(1), 83-94

beritikad tidak baik dalam pendaftaran merek dapat dibatalkan mereknya sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang merek.

Dengan didaftarkannya suatu merek, secara yuridis pemilik merek memperoleh perlindungan hukum atas merek yang telah didaftarkan. Perlindungan hukum tersebut menegaskan adanya hak kepemilikan yang sah bagi pihak yang mendaftarkan merek pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hal ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek (DUM) untuk jangka waktu tertentu, baik untuk menggunakan sendiri merek tersebut maupun memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Suatu merek dapat diterima sebagai merek atau cap dagang apabila memenuhi syarat mutlak, yaitu memiliki daya pembeda yang cukup. Dengan kata lain, tanda yang digunakan sebagai merek harus memiliki karakteristik tertentu yang memungkinkan barang-barang yang diberi tanda tersebut dapat dibedakan dari barang-barang milik pihak lain. Oleh karena itu, daya pembeda (*distinctiveness*) menjadi unsur utama dan pertama yang harus dimiliki oleh suatu merek.¹⁸

Secara umum, setiap orang yang ingin menggunakan suatu merek atau memberikan izin kepada pihak ketiga untuk menggunakan merek miliknya dapat melakukan pendaftaran merek. Pendaftaran tersebut

¹⁸ Aryan, E. I. (2009). Pemalsuan Merek dan Penegakan Hukumnya (Ditinjau dari Aspek Hukum Pidana). *Wacana Hukum*, 8(1).

dapat dilakukan secara perorangan maupun melalui bantuan badan hukum. Badan hukum yang dimaksud dalam hal ini adalah Konsultan Hak Kekayaan Intelektual (Konsultan HKI), yaitu seseorang yang memiliki keahlian di bidang Hak Kekayaan Intelektual dan secara khusus memberikan jasa dalam pengajuan serta pengurusan permohonan terkait Hak Kekayaan Intelektual. Konsultan HKI ini dikelola oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) dan harus terdaftar secara resmi sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual pada Direktorat Jenderal tersebut.

Persyaratan-persyaratan yang dapat dilakukan pendaftaran sebagai merek menurut Undang-Undang Merek 2016 adalah sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang tersebut, yaitu bahwasannya merek tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu untuk seperti : merek tidak dapat didaftarkan jika:

1. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
2. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
3. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat mengenai asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa sejenis;

4. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
5. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
6. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Suatu merek, meskipun tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang sebagaimana disebutkan sebelumnya, tetap dapat ditolak pendaftarannya apabila merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang telah terdaftar terlebih dahulu. Dalam hal demikian, Kantor Merek akan menolak permohonan pendaftaran karena adanya potensi pelanggaran terhadap hak atas merek yang sudah lebih dahulu memperoleh perlindungan hukum. Permohonan pendaftaran merek akan ditolak apabila merek yang dimohonkan memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:¹⁹

1. Merek terdaftar milik pihak lain atau merek yang telah lebih dahulu dimohonkan pendaftarannya oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
2. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
3. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis, namun memenuhi persyaratan tertentu; atau
4. Indikasi Geografis yang telah terdaftar.

¹⁹ Dilia, P. S., & Budi, S, Perlindungan Hukum terhadap Merek Kosmetik Terkenal dari Pemalsuan Merek oleh Pihak Lain (*Doctoral dissertation*, Fakultas Hukum UNDIP). 2017

Apabila terjadi pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak lain, maka berdasarkan Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pemilik merek terdaftar berhak mengajukan gugatan terhadap pihak yang secara tanpa hak menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa sejenis. Gugatan tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi dan/atau permintaan penghentian seluruh perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Sesuai Pasal 76 ayat (2), gugatan tersebut diajukan ke Pengadilan Niaga. Gugatan ganti rugi dan/atau penghentian seluruh perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut dapat dianggap sebagai langkah yang wajar, karena tindakan pelanggaran tersebut telah menimbulkan kerugian bagi pemilik merek, baik secara materiil maupun immateriil.²⁰ Kerugian materiil yang diderita pemilik merek dapat berupa kerugian finansial karena pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak lain, yang menyebabkan berkurangnya keuntungan yang seharusnya didapatkan dari penjualan barang dan/atau jasa milik pemilik merek yang dilanggar haknya. Namun kerugian immateriil yang diderita pemilik merek cenderung lebih besar karena dapat merusak citra baik merek yang telah dibangun sejak lama, dimana kualitas dari barang dan/atau jasa produksi

²⁰ Ahmadi Miru, *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, (Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 93

pemilik merek yang sah tentu saja berbeda dengan produksi pihak pengguna merek tanpa hak tersebut.

Selain itu, pelanggaran merek juga berdampak pada hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang sebenarnya sah dan terdaftar, karena konsumen dapat tertipu oleh keberadaan produk palsu yang menggunakan merek serupa. Kondisi ini tidak hanya merugikan pemilik merek dari sisi ekonomi dan reputasi, tetapi juga mengganggu stabilitas pasar dan menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap pemilik merek terdaftar menjadi sangat penting sebagai bentuk kepastian hukum, sekaligus untuk menjaga integritas dan nilai ekonomi dari merek tersebut di mata publik.

Pada prinsipnya, pelanggaran merek dapat dikategorikan ke dalam tiga area utama, yaitu:

1. Pelanggaran yang menimbulkan persamaan yang membingungkan, baik terkait dengan sumber, sponsor, afiliasi, maupun hubungan atau koneksi suatu merek;
2. Pemalsuan merek, yaitu penggunaan merek yang secara substansial tidak dapat dibedakan dari merek asli, yang dapat dikenai pemulihan ganti rugi hingga tiga kali lipat dari jumlah kerugian sebenarnya sebagaimana dimungkinkan oleh peraturan perundang-undangan, serta dapat menjadi dasar penuntutan pidana;

3. Dilusi merek, yaitu tindakan yang mengurangi kemampuan suatu merek terkenal dalam mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasa miliknya, baik melalui persaingan yang tidak sehat maupun adanya persamaan yang membingungkan.

D. Penyelesaian Sengketa Merek

Ketatnya persaingan di dunia bisnis sehingga sangatlah mungkin terjadi sengketa di antara para pelaku bisnis. Pelanggaran di bidang merek dimungkinkan akan terus terjadi. Hal ini berkaitan dengan perilaku bisnis yang curang yang menghendaki persaingan dan berorientasi keuntungan, sehingga membuka potensi aktivitas bisnis yang curang atau melanggar hukum, dan motivasi seseorang melakukan pelanggaran merek terutama adanya keinginan untuk memperoleh keuntungan di dalam praktek bisnisnya.²¹

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang No Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis maka upaya penyelesaian sengketa di bidang merek dapat ditempuh melalui penyelesaian sengketa secara litigasi, yaitu penyelesaian melalui lembaga pengadilan. Selain itu juga dapat ditempuh melalui penyelesaian secara pidana, perdata, maupun administrasi. Ketentuan mengenai penyelesaian sengketa merek sudah diatur secara khusus dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

²¹ Balqis, A. R., Marilang, M., & Erlina, E. (2019). Penegakan Hukum terhadap Pemalsuan Merek di Kota Makassar. *Alauddin Law Development Journal*, 1(2).

Undang-Undang No Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan dasar untuk memberikan perlindungan hukum terhadap merek. Aksi nyata perlindungan hukum terhadap merek dapat dilihat ketika proses penyelesaian sengketa. Litigasi merupakan salah satu upaya penyelesaian sengketa melalui lembaga pengadilan. Dalam hal ini, litigasi digunakan sebagai salah satu cara dalam proses penyelesaian sengketa di bidang merek yang sesuai dengan Undang-Undang No Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Gugatan terhadap perkara pelanggaran merek dapat diajukan berdasarkan ketentuan Pasal 83 Undang-Undang No Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan bahwa:²²

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:

1. Gugatan ganti rugi, dan/atau;
2. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.
3. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan pengadilan.

²² Cahyani, N. M. D. A., Dewi, A. A. S. L., & Karma, N. M. S, Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek terhadap Pemalsuan Merek Fashion. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(1), 175-179. 2021

4. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Pasal 83 ayat (1), dapat diketahui ada jenis bentuk tuntutan gugatan atas pelanggaran merek terdaftar, yaitu gugatan ganti rugi atau penghentian penggunaan merek yang dilanggarnya. Ganti rugi disini dapat berupa ganti rugi materil dan ganti rugi immateriil. Ganti rugi materil 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 moral.

Pasal 83 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, gugatan pelanggaran merek terdaftar diajukan kepada Pengadilan Niaga. Hal ini berarti kewenangan mengadili sengketa atau perkara gugatan pelanggaran merek berada di tangan Pengadilan Niaga sebagai badan peradilan yang khusus. Pemberdayaan Pengadilan Niaga dimaksud agar sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif cepat. Hal ini mengingat merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian atau dunia usaha, sehingga penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan hak kepada Hakim untuk melakukan tindakan tertentu selama pemeriksaan masih berlangsung. Pasal 84 menyatakan bahwa selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah

kerugian yang lebih besar, pemilik Merek dan/atau penerima lisensi selaku penggugat dapat mengajukan permohonan kepada hakim untuk menghentikan kegiatan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan Merek tersebut secara tanpa hak.²³

Pasal 87 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa terhadap putusan Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi. Hal ini sesuai dengan seluruh sistem yang berhubungan dengan persoalan merek, bahwa tidak ada banding kepada Pengadilan Tinggi tetapi langsung dari Pengadilan ke Mahkamah Agung.

Undang-Undang Merek hanya mengatur mengenai tata cara pengajuan gugatan ke Pengadilan Niaga, tetapi tidak mengatur mengenai tata cara pembuktian dalam proses peradilan perkara sengketa merek. Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia juga belum diatur mengenai tata cara khusus Pengadilan Niaga. Hal ini dapat ditemukan dalam Buku II Pedoman Pelaksanaan Tugas dan Administrasi Pengadilan, yang menyatakan bahwa tata cara pemeriksaan persidangan perkara Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah sesuai dengan tata cara pemeriksaan perkara perdata biasa. Proses peradilan perdata sendiri masih mengacu kepada HIR (Reglemen Indonesia yang Diperbaharui) peninggalan kolonial sebagai dasar hukum beracaranya. Oleh sebab itu, pembuktian dalam perkara sengketa merek sama

²³ Krisnamurti, H, Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 20(4), 58-68. 2021

dengan pembuktian acara perdata biasa. Putusan Pengadilan Niaga tidak dapat diajukan banding, tetapi dapat diajukan langsung kasasi. Hal ini dapat lebih mempermudah dan mempercepat keputusan yang sangat diperlukan bagi dunia bisnis pada umumnya.

Ketentuan pidana dalam Undang-Undang Merek terdapat dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95, di mana tindak pidana dalam merek merupakan delik aduan (Pasal 95 Undang-Undang Merek). Dalam hukum pidana, delik aduan adalah delik yang hanya dapat dituntut apabila diadukan oleh pihak yang merasa dirugikan dengan cara membuat pengaduan kepada pihak yang berwenang.²⁴ Pengaduan adalah suatu pernyataan tegas, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, dari seseorang yang berhak (mengadu) yang disampaikan kepada pejabat penyelidik atau pejabat penyidik (Kepolisian Republik Indonesia) tentang telah diperbuatnya suatu tindak pidana oleh seseorang, dengan disertai permohonan agar dilakukan pemeriksaan untuk selanjutnya dilakukan penuntutan ke pengadilan yang berwenang.²⁵

Ketentuan pidana dalam Undang-Undang Merek diatur dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95, di mana tindak pidana terkait merek tergolong sebagai delik aduan (Pasal 95 Undang-Undang Merek). Dalam konteks hukum pidana, delik aduan merupakan jenis tindak pidana yang

²⁴ Abdul R. Saliman, 2015, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta, Prenada Media Group, 2015) hal. 149

²⁵ Adami Chazawi, *Pelajaran Hukum Pidana 2*, (Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2002), h.al 201

penuntutannya hanya dapat dilakukan apabila ada pengaduan dari pihak yang dirugikan. Artinya, proses hukum terhadap pelanggaran merek tidak dapat berjalan secara otomatis tanpa adanya laporan atau pengaduan resmi dari pemilik merek yang haknya telah dilanggar kepada pihak yang berwenang.

E. Perlindungan Hukum

Menurut M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan upaya untuk melindungi harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh setiap subjek hukum dalam suatu negara hukum, yang didasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya tindakan sewenang-wenang. Perlindungan hukum pada umumnya diwujudkan dalam bentuk peraturan tertulis yang bersifat mengikat, sehingga apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan tersebut, akan dikenakan sanksi hukum kepada pihak yang melanggarnya.²⁶

Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar untuk jangka waktu tertentu, dengan hak untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.²⁷

Hak atas merek termasuk dalam kategori hak kekayaan intelektual yang wajib dilindungi oleh negara. Perlindungan hukum atas merek hanya diberikan kepada pemilik merek yang telah terdaftar secara sah, dengan masa

²⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hal. 205

²⁷ Ibid

perlindungan selama 10 tahun terhitung sejak tanggal pengajuan permohonan pendaftaran merek yang memenuhi persyaratan minimum. Tanggal tersebut dikenal sebagai tanggal penerimaan.

Tujuan utama dari perlindungan ini adalah untuk mencegah terjadinya pelanggaran merek oleh pihak-pihak yang tidak berhak. Dalam praktik bisnis, pelanggaran merek kerap terjadi ketika suatu pihak menggunakan merek terdaftar milik orang lain untuk kepentingan pribadinya tanpa izin. Oleh karena itu, keberadaan perlindungan hukum atas merek menunjukkan peran negara dalam menegakkan hukum dan memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek yang sah.

Apabila terjadi pelanggaran terhadap merek terdaftar, pemilik merek berhak mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga. Dengan adanya perlindungan hukum tersebut, diharapkan dapat terwujud keadilan sebagai salah satu tujuan utama hukum, yakni melindungi hak-hak pemilik merek yang sah dan memberikan jaminan hukum bagi pihak yang dirugikan sesuai dengan prinsip State Law (negara hukum).