

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atau Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan kegiatan manusia yang berasal dari kegiatan intelektual yang memiliki manfaat di bidang ekonomi HKI atau dalam dunia internasional lebih dikenal dengan *Intellectual Property Rights* (IPR), muncul dari hasil pola pikir yang menghasilkan sebuah produk dan melalui proses yang mempunyai fungsi bagi masyarakat. Konsep yang mendasar mengenai HAKI berdasar pada suatu karya intelektual yang diciptakan dan dihasilkan yang manusianya membutuhkan pengorbanan waktu, biaya serta tenaga.¹

Secara keseluruhan Hak Atas Kekayaan Intelektual terbagi menjadi 2 yaitu Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak kekayaan industri terbagi lagi menjadi beberapa yaitu Desain Industri, Merek, Paten, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang, Indikasi Geografis, dan Perlindungan Varietas Tanaman.

Merek nama, simbol, tanda, desain, dan gabungan merupakan salah satu Hak Atas Kekayaan Intelektual antaranya untuk digunakan sebagai tanda pengenal dari suatu merek ataupun identitas pelengkap sebuah produk baik identitas suatu perorangan, perusahaan dan organisasi

¹ "Pengertian HKI" <https://penelitian.ugm.ac.id/pengertian-hki/>, di akses pada tanggal 1 Januari 2019, pukul 10.00 WIB

pada barang maupun jasa untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk jasa yang lainnya.² Merek memiliki beberapa pengertian yang dapat dilihat dari sudut pandang berbeda. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Merek merupakan *“tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal, cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya.”*³ Selain itu, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang Merek), *“merek didefinisikan sebagai “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.”*⁴

Selain definisi menurut KBBI dan UU Merek diatas, terdapat juga definisi menurut sudut pandang ahli. Menurut Kotler pengertian merek adalah *“nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk*

² *“Pengertian Merek”*<https://www.kajianpustaka.com/2013/08/merek.html>, di akses pada tanggal 1 Januari 2019, Pukul 12.00 WIB

³ *“Merek”*<https://kbbi.web.id/merek>, di akses pada tanggal 1 Januari 2019, Pukul 13.00 WIB

⁴ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 Angka 1

atau jasa dari para pesaing.”⁵ Merek menurut Yusran Isnaini yaitu

“tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”⁶

Menurut Prof. Molengraaf, merek adalah “dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang,

dan jaminan kualitasnya sehingga bias dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.”⁷ Sedangkan menurut H.M.N Purwo Sutjipto, merek

dapat diartikan “suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.”⁸

Merek sebagai HKI didasarkan pada sebuah tanda untuk membedakan dan menunjukkan asal mula merek suatu barang atau jasa (*an indication of orgin*) dari pihak perusahaan milik orang lain dengan barang atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan sendiri. Gambar, simbol dan sejenisnya merupakan ujung tombak di dalam penjualan barang serta jasa pada merek. Dengan adanya merek, pemilik merek serta pengusaha dapat memberikan jaminan akan suatu barang dan jasa yang menghasilkan

⁵ “Jurnal Merek”<http://e-journal.uajy.ac.id/10425/3/2EM19418.pdf>, di akses pada tanggal 3 Januari 2019, Pukul 17.00 WIB

⁶ Yusran Isnaini, 2010, *Buku Pintar Haki*, Bogor: Ghalia Indonesia, hal.33

⁷ Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, 1993, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hal.121

⁸ H.M.N. Purwo Sujipto, 1984, *Pengertian Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta : Djambatan, hal.82

jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) yang baik untuk para konsumen.

Merek juga sebagai sarana dalam pemasaran dan iklan (*marketing and advertising device*) untuk memberi informasi kepada para konsumen

terkait barang dan jasa yang diproduksi atau dihasilkan oleh pengusaha.⁹

Merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menjadi sebuah tanda pembeda pengenal atas suatu barang dan atau jasa bagi perusahaan yang

satu dengan perusahaan yang lain. Yang terjadi dalam praktek lapangan yaitu banyaknya kasus ataupun kejadian pelanggaran pada merek, contohnya seperti merek yang memiliki kemiripan dengan merek lainnya

ataupun unsur, bentuk dari merek tersebut.

Administrasi merek sangat penting karena hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh pemerintah atau negara kepada

masyarakat ataupun warganya yang memiliki kreatifitas dalam menciptakan suatu barang ataupun jasa. Maka dari itu merek diwajibkan untuk didaftarkan dan memiliki persyaratan dalam mendaftarkan merek.

Pemerintah dan negara memberikan leluasa bagi pemilik merek juga dapat memberikan izin kepada pihak lain yang ingin menggunakan merek tersebut, oleh sebab itu maka merek sangat penting dan harus didaftarkan

di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pendaftaran pada merek sangat penting karena dengan didaftarkannya merek memberikan jaminan untuk para konsumen, dikarenakan konsumen akan membeli

⁹ Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Kharisma Putra Utama, Jakarta, hal.3

prroduk barang yang terkenal (cap, lambang, simbol dan sebagainya) yang paling penting yaitu memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi.¹⁰

World Trade Organization (WTO) adalah sebuah organisasi yang memberikan perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual

bertaraf internasional salah satunya yaitu merek dagang dalam lingkup internasional. Sebagai bentuk dukungan terhadap perlindungan Merek, Indonesia juga tergabung kedalam *World Trade Organization* (WTO)¹¹

dan juga telah meratifikasi beberapa konvensi internasional terkait Merek, seperti *Trademark Law Treaty 1994*¹² dan *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right* (TRIPS Agreement).¹³ Merek

sendiri dilindungi di dalam UU Merek yang tertera jelas pada pasal 2 angka 3 (tiga) yang berbunyi “*merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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.*”

¹⁰ Suyud Margono, 2011, *Hak Milik Industri : Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, hal.79

¹¹ “Indonesia tergabung sebagai salah satu negara anggota WTO pada 24 Februari 1950, Dapat dilihat juga di World Trade Organization, GATT Members”https://www.wto.org/english/thewto_e/gattmem_e.htm, di akses pada tanggal 5 Januari 2019, Pukul 18.00 WIB

¹² “Indonesia meratifikasi Trademark Law Treaty 1994 pada 5 Juni 1997, Lihat juga WIPO-Administered Treaties, Contracting Parties>Trademark Law Treaty”https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=5, di akses pada tanggal 5 Januari 2019, Pukul 19.00 WIB

¹³ “Indonesia meratifikasi TRIPS Agreement pada 1 Januari 1995. Lihat juga WIPO Lex, IP-related Multilateral Treaties>Contracting Parties/Signatories>TRIPS Agreement”<https://wipo.lex.wipo.int/en/treaties/parties/231>, di akses pada tanggal 5 Januari 2019, Pukul 20.00 WIB

Di Indonesia membuat suatu peraturan tidak hanya sekedar menetapkan perangkat aturannya saja melainkan sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Indonesia. Akan tetapi peraturan tersebut harus dilaksanakan secara efektif, dan ditandai dengan meningkat perlindungan hukum serta kesadaran yang memadai terhadap para pemilik atau pemegang HKI.

Perkembangan teknologi membuat banyaknya orang yang mendaftarkan mereknya untuk mendapatkan perlindungan oleh undang-undang. Namun, walaupun telah didaftarkan merek agar dapat dilindungi dan menghindari adanya plagiarisme tetap saja terjadi pelanggaran. Salah satunya kasus terkait pelanggaran hak Merek yang terjadi di Indonesia adalah kasus plagiarisme Merek pada lukisan bergambar ayam jago yang dimiliki oleh PT. Lucky Indah Keramik.

PT Lucky Indah Keramik, berdiri sejak 1972 dan mulai beroperasi pada tahun 1976. Perusahaan ini memiliki dua pabrik di Tangerang dan Depok/Cimanggis yang berkonsentrasi pada produk mangkok dan hingga sekarang mencakup hampir semua jenis produk keramik *tableware*.¹⁴ Dalam pengumumannya di sebuah surat kabar mengklaim bahwa satu-satunya perusahaan yang memiliki hak untuk memproduksi,

¹⁴ “PT. Lucky Indah Keramik”<http://www.luckyindah.com/>, Lihat juga <https://ecc.ft.ugm.ac.id/employer/site/view/2008/profil-pt-lucky-indah-keramik>, di akses pada tanggal 8 Januari 2019, Pukul 18.00 WIB

menggunakan, dan memperdagangkan Merek berlukisan ayam jago tersebut.¹⁵

PT. Lucky Indah Keramik telah mendaftarkan lukisan ayam jago tersebut dengan berdasarkan Sertifikat Pendaftaran Merek Nomor IDM000366635 dalam kelas 21 yang meliputi barang-barang piring, mangkok, basi, tatakan cangkir, *tea set*, *dinner set*, poci, cangkir, gelas, tutup cangkir, dan vas bunga.¹⁶ Karena sudah didaftarkan perusahaan pemilik merek lukisan ayam jago merasa dirugikan karena masih saja ada yang memproduksi lukisan tersebut. Berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan tersebut sampai melakukan pengumuman di Koran dan surat kabar lainnya atas merek yang dimilikinya agar tidak ditiru dan masyarakat mengetahui bahwa lukisan ayam jago tersebut telah terdaftar dan ia sebagai Pemegang Hak atas Merek Lukisan Ayam Jago tersebut dilindungi haknya oleh UU Merek.¹⁷

Pada faktanya, banyak yang merasa keberatan karena menganggap Lukisan Ayam Jago tersebut sudah menjadi hal yang umum. Salah satunya adalah Urip Siswanto si penjual bakso di Kawasan Santa, ia menyatakan mangkok berlukisan ayam yang sedang digunakannya tersebut, yang sudah didaftarkan oleh PT. Lucky Indah Keramik, adalah peninggalan

¹⁵ “Kompas.com,Perjuangan Mempertahankan Lukisan Ayam Jago”, Sherly Puspita, 07 September 2017”<https://megapolitan.kompas.com/read/2017/09/07/09445521/perjuangan-mempertahankan-lukisan-ayam-jago>, di akses pada tanggal 8 Januari 2019, Pukul 19.00 WIB

¹⁶ “Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, Pencarian Terstruktur Merek>Lukisan Ayam Jago”<https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/merek/Y1dVTHRbK0F4ZVF1QXB5cHBjQU5RZz09?q=Lukisan+mangkok+Ayam+Jago&type=1&skip=40>, di akses pada tanggal 9 Januari 2019, Pukul 10.00 WIB

¹⁷ “Kompas.com,Perjuangan Mempertahankan Lukisan Ayam Jago”,Op.Cit, di akses pada tanggal 9 Januari 2019, Pukul 11.00 WIB

almarhum ayahnya. Ia menyatakan bahwa orang tuanya sudah berjualan sejak tahun 1963 dan menggunakan mangkok yang sama. Urip hanya meneruskan usahanya di tahun 2009.¹⁸

Namun karena Lukisan Ayam Jago tersebut sudah didaftarkan berdasarkan UU Merek, PT. Lucky Indah Keramik memiliki hak penuh atas Merek Lukisan Ayam Jago tersebut.¹⁹ dan apabila terdapat pihak lain yang menggunakan Merek terdaftar tanpa izin akan dikenakan sanksi berdasarkan UU Merek.²⁰ UU Merek menyatakan bahwa untuk Merek yang telah didaftar harus memiliki izin dari pemegang merek tersebut, hanya saja masih terdapat pro dan kontra atas pendaftaran Merek Lukisan Ayam Jago.

Oleh sebab itu, berdasarkan Latar Belakang yang ada diatas, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan suatu penelitian dengan judul

“Perlindungan Hak Merek pada Lukisan Ayam Jago ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis” (Studi Penelitian PT. Lucky Indah Keramik)

¹⁸ “*Vice.com, Warisan Budaya Indonesia, Nasib Bakso dan Mi Kita Sesudah Mangkok Ayam Jagodiklaim Satu Perusahaan*”, *Adi Renaldi*, 7 September 2017” https://www.vice.com/id_id/article/9kkp88/nasib-bakso-dan-mi-kita-sesudah-mangkok-ayam-jago-diklaim-satu-perusahaan, di akses pada tanggal 9 Januari 2019, Pukul 12.00 WIB

¹⁹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 Angka 5

²⁰ UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 100 ayat (1) dan (2)

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengajuan hak merek atas Lukisan Ayam Jago pada mangkok yang di daftarkan oleh PT. Lucky Indah Keramik sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana perlindungan hukum atas pelanggaran hak merek atas lukisan ayam jago pada mangkok yang dimiliki oleh PT. Lucky Indah Keramik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis memiliki tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa apakah hak merek atas lukisan ayam jago pada mangkok oleh PT. Lucky Indah Keramik sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk menganalisa perlindungan hukum atas pelanggaran hak merek atas lukisan ayam jago pada mangkok yang dimiliki oleh PT. Lucky Indah Keramik.

Adapun penelitian ini sangat diharapkan dapat membawa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Adanya peraturan pemerintah yang mengatur tentang undang-undang hak merek dan apa saja hukum yang mengatur, supaya dapat menjadi referensi untuk para pembaca (masyarakat).
- b. Penelitian ini dapat memberikan suatu informasi kepada masyarakat ataupun pembaca agar dapat mengetahui khususnya Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi suatu informasi dan referensi bagi masyarakat yang membutuhkan dan dapat menjawab masalah yang berhubungan dengan hak merek.
- b. Penelitian ini untuk memenuhi salah satu tugas skripsi dan gambaran mengenai hak merek dan undang undang di Indonesia yang mengatur.