

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah salah satu dari demikian banyaknya penelitian dalam lingkup hukum perdata, karena terdapat aspek dari hukum tersebut yang bersifat privat atau perdata.¹ Hukum perdata ialah hukum dimana mengatur setiap hubungan antara manusia yaitu suatu individu dengan lainnya dengan fokus kepentingan pribadi.

McKeough dan Stewart mengartikan dalam pengertiannya HKI sebagai hak untuk memberi proteksi berbentuk perlindungan hukum bagi hasil kreatif manusia dengan kepentingan ekonomi. Sementara Lyle Glowka memberi pengertian bahwa HKI ialah hak hukum pribadi untuk menghargai kontribusi manusia yang tidak terlihat dimana akan digunakan untuk menghasilkan suatu teknologi bersifat khusus.²

Berasal dari kegiatan intelektual dari kepentingan ekonomi, HKI ialah hak yang timbul dari hasil suatu pemikiran untuk menciptakan produk atau suatu proses demi keuntungan dan manfaat manusia. Konsep dasar makna HKI itu sendiri ialah didasari pada gagasan bahwa karya intelek dicipta atau diproduksi manusia dengan membutuhkan pengorbanan waktu, energi, dan juga biaya. Intinya bahwa HKI ialah suatu hak ekonomi daripada hasil

¹ Agung Hidayat Mazkuri, 'Hak Atas Merek: Kajian Normatif Hak Merek Dagang Sebagai Bagian Hak Kekayaan Intelektual' <https://www.academia.edu/30482852/Hak_Atas_Merek_Kajian_Normatif_Hak_Merek_Dagang_Sebagai_Bagian_Hak_Kekayaan_Intelektual?auto=download> [accessed 24 January 2019].

² *Konsep Hak Kekayaan Intelektual* <www.zakimath.web.ugm.ac.id/matematika/etika_profesi/HAKI_09> [accessed 23 February 2019].

penciptaan intelektual. Berdasar pemahaman ini maka diperlukan adanya pemberian hadiah dalam bentuk penghargaan untuk karya yang sudah berhasil, yaitu bentuk suatu perlindungan atas hukum kekayaan intelek itu sendiri. Dimana tujuan utamanya ialah untuk dapat mendorong dan mengembangkan semangat kerja dan kreativitas bagi orang-orang.

Objek yang terdapat dalam perlindungan hukum diatur ddalam HKI yakni berbagai karya ditimbulkan ataupun dilahirkan oleh sebab adanya kemampuan intelek oleh manusia. Maka secara tergaris besarnya, cabang beserta pengaturan atas HKI terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu Hak Cipta (*copyright*) dan Hak Kekayaan Industri (*industrial property rights*) yang dimana tercakup beberapa hak diantaranya yakni Hak Paten (*patent*), Desain Industri (*industrial design*), Merek (*trademark*), Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, serta Rahasia Dagang (*trade secret*).³

Dalam dunia perekonomian sekarang ini dapat dilihat telah terjadi begitu banyaknya perkembangan yang cukup pesat terbukti dari lahirnya jenis benda ataupun jasa yang dihasilkan dari produksi sama dengan keahlian masing-masing oleh para produsen kreatif yang tentunya beruang lingkup bidang yang tersendiri. Kemudian terhadap barang atau jasa yang hendak untuk diproduksi tentu para produsen akan mencipta dan memberi ciri khas dengan niat dan bertujuan mengadakan perbedaan antara produknya sendiri terhadap produk milik orang lainnya. Ciri khas yang umumnya paling sering diberikan adalah nama dan label atau dengan istilah

³ 'Pengertian HKI' <<https://penelitian.ugm.ac.id/pengertian-hki/>> [accessed 20 February 2019].

lainnya dapat disebut sebagai Merek. Berdasar kepada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, tepatnya tentang Merek dan Indikasi Geografis,

*“ 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. ”*⁴

Sebuah Merek tentunya dapat membuat kebutuhan produsen terpenuhi yaitu dalam hal mempermudah bagi para konsumen, dalam hal memberikan suatu pembeda untuk menjadi tanda pengenalan antara suatu produk dengan produk lain yang terkadang memang mempunyai kemiripan. Maka dari itulah dapat dikatakan suatu Merek memegang sebuah peran yang sungguh penting dalam hal menaikkan tingkat perdagangan barang atau jasa, yaitu dengan mengingat begitu banyaknya produksi barang atau jasa berkecimpung didalam suatu bidang sama, sehingga dengan adanya Merek maka nantinya diharapkan para konsumen dapat dengan mudah memfilter serta membedakan produk tersebut dalam dunia persaingan yang tergolong sudah sangat bebas. Melihat betapa kuatnya peran atas sebuah Merek, maka timbul kebijakan pemerintah bahwa terhadap Merek itu sendiri harus dilekatkan sebuah upaya perlindungan hukum, baik itu terkait dengan hak-hak perseorangan maupun juga badan hukum.

Dalam Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016 bertepatan pada BAB XVIII Pasal 100-102 dijelaskan terkait sanksi atau hukuman pidana yang akan diberikan pada pelaku pelanggaran

⁴ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*, Pasal 1.

dalam ketentuan Merek, yaitu bahwa jikalau terjadi suatu perbuatan yang mengandung pelanggaran terhadap Hak Merek, maka bagi pihak yang dirugikan mempunyai hak untuk mengajukan dan bahkan melakukan suatu penuntutan sehingga pihak bersangkutan yang berbuat pelanggaran akan dapat dikenakan sanksi atau hukuman pidana baik itu berbentuk pidana penjara maupun pidana denda.

Permasalahan Merek cenderung erat kaitan dengan suatu persaingan tak jujur (*unfair competition*). Sifat dan juga naluri dalam bisnis yang tentu selalu mempunyai orientasi dan fokus lebih terhadap profit atau keuntungan, pada akhirnya cenderung menyebabkan timbulnya segala upaya untuk tetap dapat berbuat optimal baik itu dengan cara lurus yang sewajarnya berdasar kepada hukum berlaku atau malah dengan cara licik untuk menjatuhkan bahkan mematikan pihak lain semata-mata hanya demi mendapatkan suatu keuntungan sendiri.⁵ Secara umum, saling berkompetisi atau bersaing di dalam dunia perdagangan ialah baik karena dinilai dapat mempertingkat kadar baik itu kualitasnya maupun kuantitasnya atas satu produk, melancarkan proses dan produksi hasil, dimana nanti akan memberi keuntungan atau profit baik itu bagi pihak produsennya maupun konsumennya. Tapi jikalau nantinya didalam persaingan itu sampai kepada suatu posisi dimana seorang pengusaha dirasa produk miliknya itu mulai tersaingi lalu berupaya mencari cara untuk menjatuhkan pesaing yang tidak menutup kemungkinan timbulnya kerugian besar yang akan diderita oleh pihak lain yang ada, hal seperti inilah yang merupakan awal mula penyebab

⁵ Setiati Widiastuti, 'Etika Bisnis Sesuai Undang-Undang', *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 2004 <<https://doi.org/10.21831/CIVICS.V11I2.5717>>.

terjadi suatu melanggar hukum. Adanya persaingan diperbuat secara yang salah dan tidak mengindahi pengaturan hukum, nilai kesantunan, dan serta norma sosial lainnya dalam lalu lintas perdagangan akan menjuruskan kepada suatu pesaing curang. Menurut ahli Molengraaf, “ *persaingan tidak jujur adalah peristiwa dimana seseorang untuk menarik para langganan orang lain kepada perusahaan dirinya sendiri atau demi perluasan penjualan omzet perusahaannya, menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran di dalam perdagangan.* ” ⁶

Hal semacam inilah yang menjadi dasar perhatian khusus mengenai bagaimana berjalannya suatu peraturan hukum beserta penegakannya di Indonesia. Pembajakan dan peniruan merek menjadi salah satu jenis pelanggaran dinilai paling sering terjadi menyebabkan keadaan dalam dunia perbisnisan menjadi jatuh yang disebabkan oleh pesaing usaha yang kurang sehat, dimana tak lain dan tak bukan disebabkan oleh maraknya perilaku para pihak yang beritikad tidak baik. Keadaan seperti inilah yang nantinya akan semakin menyusahkan kondisi dalam dunia bisnis di Indonesia, dan terlebih lagi untuk para pihak pemegang dan pemilik HKI yang tentunya akan didatangi oleh kerugian yang sangat besar. Salah satu kasus terkait pelanggaran HKI yaitu dalam lingkup Hak Merek terjadi pada Hewlett Packard Company di Indonesia.

Hewlett-Packard Company, dimana lebih terkenal umum dengan nama HP, ialah salah satu dari banyak perusahaan teknologi atau informasi

⁶ Esti Aryani, *PELANGGARAN HAK ATAS MEREK DAN MEKANISME PENYELESAIANNYA DI INDONESIA* <<https://media.neliti.com/media/publications/23508-ID-pelanggaran-hak-atas-merek-dan-mekanisme-penyelesaiannya-di-indonesia.pdf>> [accessed 4 February 2019].

tersebar di dunia yang didirikan oleh William "Bill" Redington Hewlett dan serta Dave Packard di Palo Alto, California. HP adalah produsen PC (Personal Computer) yang sangat ternama di dunia, yang dimana juga dinilai mempunyai persaingan sengit dengan produsen PC asal China yaitu Lenovo. HP sendiri telah membuka banyak kantor cabang di seluruh Negara di dunia, salah satunya adalah di Indonesia.

Dalam hal ini yang akan menjadi fokus yaitu PT Hewlett Packard Indonesia, yang dimana kantor pusatnya beralamat di Prudential Centre Kota Kasablanka Lt. 10, Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan.⁷ Perusahaan yang terbilang besar ini tentunya mempunyai banyak distributor serta agen resmi di setiap kota-kota di Indonesia, salah satunya di kota Batam. Oleh pengaruh tingginya tingkat nilai ekonomis, suatu merek terkenal asing seringkali menjadi korban pemalsuan atau setidaknya dijadikan sebagai boncengan ketenaran pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, termasuk juga merek Hewlett Packard ini.

Indonesia sudah berupaya untuk mencegah serta meminimalisir dengan tujuan memberi perlindungan bagi masyarakat yang dinilai berkepentingan terutama yang terkait pada Hak Merek yang mereka miliki dengan mengakomodir Undang-Undang mengenai Merek dan Indikasi Geografis, namun meskipun demikian tidak dapat dipungkiri bahwa pelanggaran masih tetap saja dapat terjadi.

Terkait oleh beberapa hal yang sudah diurai dalam latar belakang, penulis mulai tertarik memakai judul “ **Perlindungan Hukum Terhadap**

⁷ 'Contact HP - Office Locations | HP® Indonesia' <<https://www8.hp.com/id/en/contact-hp/office-locations.html>> [accessed 27 February 2019].

Distributor Resmi Pemegang Merek Hewlett Packard Terkait Pemalsuan Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”.

B. Rumusan Masalah

- a. Perlindungan Hukum seperti apa yang diberi bagi Distributor Resmi Pemegang Merek Hewlett Packard terhadap kasus pemalsuan merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
- b. Apa upaya yang dapat diperbuat Distributor Resmi Pemegang Merek Hewlett Packard terkait kasus pemalsuan merek dagang?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisa bagaimana perlindungan hukum bagi pihak distributor resmi pemegang merek Hewlett Packard terhadap kasus pemalsuan merek dagang berdasarkan kepada Undang-Undang tentang Merek yang berlaku di Indonesia.
- b. Untuk menganalisa apa upaya yang dapat diperbuat oleh pihak distributor resmi pemegang merek Hewlett Packard terkait kasus pemalsuan merek dagang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah sumber umum informasi serta pemahaman terkait pada peraturan hukum tentang Merek dan Indikasi Geografis berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

- b. Sebagai sarana untuk mendalami materi pemahaman atas Ilmu Hukum mengenai perlindungan hukum terhadap Hak Merek dalam hal memperjualbelikan produk barang atau jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan kepada masyarakat terkait dengan masalah kekayaan intelektual (HKI), terkhususnya kekayaan intelektual terkait dengan Merek tempat penyelesaian kasus.
- b. Sebagai tambahan pemikiran bagi para pihak ke arah perbaikan dengan suatu harapan melalui permasalahan yang dibahas, bagi kalangan masyarakatnya maupun para pengusaha dalam proses keseharian menjalankan bisnisnya terkait dengan Merek produk.