

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan global seiring berjalannya waktu selalu menghasilkan produk-produk baru atau pengembangan dari produk-produk sebelumnya yang memiliki kualitas dan kreatifitas yang berbeda. Saat produk tersebut ingin dipasarkan ke konsumen, maka perusahaan membutuhkan merek. Perkembangan perdagangan global telah membuktikan bahwa hak atas kekayaan intelektual (HAKI) telah menjadi salah satu komponen yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa.

Dimasukkannya *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement (TRIPs Agreement)* atau Perjanjian mengenai Aspek-Aspek Hak Kekayaan Intelektual terkait Perdagangan sebagai salah satu bagian dari paket persetujuan pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia atau *World Trade Organization (WTO)* merupakan bukti nyata semakin pentingnya peran HAKI dalam perdagangan.

TRIPs Agreement dibuat oleh para anggota yang bertekad untuk mengurangi gangguan dan hambatan terhadap perdagangan internasional, dan dengan memperhatikan kebutuhan untuk meningkatkan perlindungan yang efektif dan memadai terhadap HAKI, serta untuk menjamin bahwa prosedur

dan langkah-langkah penegakan hukum HAKI itu sendiri tidak menjadi hambatan terhadap perdagangan yang sah.

Indonesia dan Amerika Serikat sama-sama telah meratifikasi *TRIPS Agreement* dan *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris tentang Perlindungan Kekayaan Industri) yang ditandatangani di Paris, Perancis, pada tanggal 20 Maret 1883, yang merupakan salah satu perjanjian internasional berkaitan dengan kekayaan intelektual.

Paris Convention merupakan perjanjian yang paling banyak ditandatangani oleh negara-negara di dunia. Menurut Pasal 4 *Paris Convention*, hak prioritas diberikan oleh negara dalam rangka paten, *utility models*, desain industri, dan merek. Hak prioritas berarti bahwa berdasarkan permohonan yang dilakukan di satu negara anggota, pemohon dalam jangka waktu tertentu, yaitu 6 (enam) bulan untuk merek, dapat mengajukan permohonan perlindungan yang serupa di negara anggota lain. Hak prioritas diberikan untuk mencegah pemanfaatan oleh pihak lain secara tidak sah.

Merek adalah 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. Logo adalah bagian dari merek. Maka untuk dapat mendaftarkan

logo tersebut di Indonesia, ada undang-undang yang telah mengatur tentang hal tersebut yakni Undang-Undang nomor 15 tahun 2001 tentang Merek.

Tujuan dari pemakaian merek adalah untuk memantapkan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu barang yang diperdagangkan. Selain dari itu, dimaksudkan untuk mengawasi batas-batas territorial perdagangan suatu jenis barang.

Suatu produk tanpa identitas atau merek dapat dipastikan akan menemui kesulitan dalam pemasaran, karena merek merupakan unsur bagi suatu produk untuk dijual kepada konsumen. Para konsumen membeli produk tertentu dengan melihat dari merek, karena menurut konsumen merek yang dibeli berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi disebabkan reputasi dari merek.

Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen untuk membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lainnya sehubungan dengan kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain yang melekat pada merek. Salah satu aset untuk mencapai keadaan ini adalah brand (merek). Untuk menjadikan *brand* (merek) menjadi *brand image*, memerlukan suatu tantangan tersendiri dalam hal menjaga dan meningkatkan mutu serta kualitas suatu merek.

Terkenalnya suatu merek menjadi suatu *well-known* dapat lebih memicu tindakan-tindakan pelanggaran merek baik berskala nasional maupun

internasional. Merek terkenal harus diberikan perlindungan baik secara nasional maupun Internasional. Pelanggaran merek terkenal tidak saja berskala nasional, tetapi juga internasional. Suatu merek yang sudah terkenal mengalami perluasan perdagangan melintasi batas-batas negara.

Khusus untuk merek terkenal, terdapat perlindungan khusus yang sesuai dengan standar internasional yang diatur dalam Pasal 6bis dari *Paris Convention* dan *World Intellectual Property Organization (WIPO) Joint Recommendations Concerning the Provisions on the Protection of Well-Known Marks*. *WIPO* merupakan badan PBB yang dibentuk untuk mengampanyekan perlindungan HAKI di seluruh dunia. *WIPO* juga menekankan pentingnya penghargaan terhadap para pencipta atau para pemegang HAKI. Indonesia dan Amerika Serikat merupakan bagian dari anggota *WIPO* yang berjumlah 184 negara.

Perlindungan merek terkenal di Amerika Serikat diatur dalam undang-undang merek Amerika yang dikenal dengan nama *Lanhan Act*. Ketentuan ini secara khusus memberikan perlindungan merek terkenal terhadap tindakan dilusi. Seorang pemilik merek terkenal mungkin akan mencegah pedagang lain menggunakan merek miliknya, bahkan juga berlaku bagi produk yang bukan merupakan saingan.

Dalam menentukan suatu merek mempunyai karakter pembeda atau ternama, pengadilan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang terdapat

dalam pasal 43 c *Lanham Act* dan dapat ditafsirkan lebih luas. *Lanham Act* mendefinisikan dilusi sebagai pudarnya reputasi merek terkenal, disebabkan oleh peniruan merek terkenal oleh kompetitor terhadap jenis barang atau produk yang berbeda dengan milik merek terkenal, sehingga memungkinkan timbulnya kebingungan dan penipuan di masyarakat.

Negara Indonesia dan Amerika Serikat sama-sama memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang merek. Namun, terdapat perbedaan dalam hal pengambilan langkah-langkah dalam memberikan perlindungan hukum. Indonesia menganggap adanya suatu pelanggaran apabila adanya aduan dari pihak yang merasa dirugikan. Berbeda dengan Amerika Serikat, dimana tidak hanya dengan adanya aduan dari pihak yang dirugikan, pemerintah dan petugas yang berwenang juga berperan penting dalam melakukan pencegahan, pembasmian dan perlindungan terhadap pemegang merek. Adanya persamaan dan perbedaan dalam perlindungan hukum ini, membuat setiap negara mempunyai sisi positif dan negatif dalam melindungi merek tersebut.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan melakukan perbandingan hukum di negara Indonesia dan Amerika Serikat dengan mengangkat skripsi yang berjudul :

Tinjauan Yuridis terhadap Pemegang Hak Merek dalam Perspektif Perbandingan Hukum Indonesia dan Amerika Serikat.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, antara lain :

1. Apa persamaan dan perbedaan ketentuan tentang hak merek di Indonesia dan Amerika Serikat ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek di Indonesia dan Amerika Serikat ?
3. Sistem hukum negara mana yang lebih baik dan efektif dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan skripsi dengan judul Tinjauan Yuridis terhadap Pemegang Hak Merek dalam Perspektif Perbandingan Hukum Indonesia dan Amerika Serikat adalah sebagai berikut :

- a. Memaparkan dan menganalisa persamaan dan perbedaan dari hukum ataupun aturan tentang hak merek di Indonesia dan Amerika Serikat.
- b. Memaparkan dan menganalisa perlindungan hukum terhadap pemegang merek di Indonesia dan Amerika Serikat.
- c. Memaparkan dan menganalisa pendekatan hukum mana yang lebih baik dan efektif dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang merek.

2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi semua pembaca, khususnya :

a. Pemerintah

Pemerintah khususnya badan legislatif yang mempunyai kuasa untuk membuat hukum. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat menjadi bahan bagi pemerintah untuk mengkaji ketentuan-ketentuan tentang merek dalam memberikan kepastian dan perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek.

b. Pengusaha dan Masyarakat

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi maupun pengetahuan kepada pengusaha dan masyarakat mengenai

ketentuan-ketentuan merek khususnya perlindungan merek terdaftar dan tindakan-tindakan pelanggaran yang mungkin terjadi.

c. **Akademisi**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada akademisi, baik mahasiswa maupun dosen sehingga dapat menambah wawasan khususnya tentang ketentuan-ketentuan merek di Indonesia, Amerika Serikat maupun Internasional.

