

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis kini berjalan sangat pesat. Hal ini dibuktikan banyaknya para pelaku bisnis menengah ke bawah yang membuka banyak sekali usaha. Menurut data yang dilansir oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM), disebutkan bahwa sepanjang tahun 2022 setidaknya pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (untuk selanjutnya disebut UMKM) di Indonesia mencapai 8,71 juta unit.¹ UMKM merupakan sebuah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih dengan maksimal Rp200.000.000,-. Segala jenis usahanya pun beragam, dapat dalam bidang kuliner, kerajinan, pertanian, hingga *fashion*.²

Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Sesuai dengan Pasal 33 Ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa :

“Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.”³

¹ CnbcIndonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>, diakses Tanggal 1 November 2024

² Semarangkota.go.id, <https://kemijen.semarangkota.go.id/umkm>, diakses Tanggal 1 November 2024

³ Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.

Sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari kekayaan intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya. Kekayaan intelektual yang dimaksud dapat berupa merek, cipta, paten, desain industri, rahasia dagang, dasar tata letak sirkuit terpadu, dan indikasi geografis. Sama halnya dengan UMKM, meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam UMKM bukanlah suatu skala yang besar tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu merek, baik merek yang dipergunakan di dalam perdagangan atau bisa disebut sebagai Merek dagang ataupun Merek yang dipergunakan di dalam suatu produk Jasa.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Artinya, merek hanya mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.

Berdasarkan besaran angka terkait dengan perkembangan UMKM, maka tentunya banyak pula beragam nama tertentu yang digunakan untuk

memberi dampak demi meningkatkan *selling point* tersendiri terhadap produk yang nantinya akan diperjualbelikan.

Untuk itu, merek merupakan bagian penting dalam dunia perdagangan.

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20

Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan 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.⁴

Dengan merek, produk yang dihasilkan oleh produsen dikenal oleh konsumen. Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang dihasilkan. Ditinjau dariacamata produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas produk. Para pedagang menggunakan merek untuk promosi barang-barang dagangannya dan untuk memperluas pasar. Bagi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan produk yang akan dibeli. Oleh karena itu suatu produk, apakah produk tersebut baik atau tidak, tentu akan memiliki merek. Bahkan tidak mustahil merek yang sudah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya, akan selalu diikuti, ditiru, “dibajak”, bahkan mungkin dipalsu oleh para produsen lain yang melakukan persaingan curang.⁵

Merek merupakan salah satu jenis kekayaan intelektual yang menjadi unsur penting dalam dunia bisnis dan perdagangan untuk memberikan identitas

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁵ <https://media.neliti.com/media/publications/23508-ID-pelanggaran-hak-atas-merek-dan-mekanisme-penyelesaiannya-di-indonesia>, diakses Tanggal 3 November 2024

dan reputasi terhadap suatu produk barang atau jasa yang diperjual belikan. Merek diperlukan dalam rangka promosi iklan atau *marketing* karena masyarakat atau konsumen biasanya mengasosiasikan suatu merek produk dan jasa dengan kualitas produk. Mengingat pentingnya peranan merek, perlu upaya untuk mendapatkan perlindungan, terutama ditengah perkembangan pasar dan industri ekonomi yang penuh dengan persaingan antar pedagang yang menawarkan berbagai macam barang dan jasa yang mungkin berada dalam satu jenis atau kategori.⁶

Dalam mengembangkan usahanya, setiap pengusaha berhak mempropagandakan barang-barang produksinya untuk memperluas pasar. Usaha tersebut hendaknya dilakukan dengan jujur dan tidak melanggar hak orang lain. Namun dalam dunia perdagangan selalu saja terjadi persaingan tidak jujur (*unfair competition*) antara lain dengan melakukan tindakan meniru atau memalsukan merek yang sudah terkenal tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang telah dilindungi oleh hukum. Perbuatan-perbuatan pelanggaran merek tersebut didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan besar dalam waktu relatif singkat karena barang dengan merek terkenal lebih disukai konsumen. Pelanggaran di bidang merek umumnya adalah pemakaian merek terkenal tanpa ijin, atau peniruan terhadap merek terkenal dengan tujuan memudahkan pemasaran. Hal ini dilakukan umumnya untuk kepentingan sesaat, namun sangat merugikan konsumen.⁷

⁶ Ronny Winarno, *Pendaftaran Merek, Problematik, dan Penyelesaiannya*, Jurnal Yuriyaya, Vol IV 2011, Fakultas Hukum Universitas Merdeka Pasuruan.

⁷ Esti Aryani, *Pemalsuan Merek dan Penegakan Hukumnya (Ditinjau Dari Aspek Hukum Pidana)*, Jurnal Wacana Hukum, Vol VIII NO 1 April, 2009.

Adapun perlindungan hukum merupakan pengakuan terhadap harkat dan martabat warga Negara sebagai manusia. Negara wajib menjamin dan melindungi segala hak hukum warga negaranya. Perlindungan hukum secara umum diatur dalam Pasal 28 D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyebutkan bahwa : “Seluruh warga Negara berhak mendapatkan pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil dihadapan hukum.”⁸ Tindakan pemerintah selaku aparatur Negara dalam hal perlindungan hukum dapat mengacu pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyebutkan Indonesia adalah Negara hukum dan wajib menjamin perlindungan hukum terhadap hak asasi manusia.

Untuk itu, perlindungan hukum atas merek menjadi sangat penting agar tidak digunakan oleh pihak lain secara melawan hukum seperti pemalsuan, peniruan yang dapat menciptakan persaingan dagang tidak sehat dan pada akhirnya akan merugikan pemilik merek. Seringkali terjadi sengketa merek muncul disebabkan adanya pihak yang tidak beritikad tidak baik yang dengan sengaja mendaftarkan merek-merek terkenal atau menguntungkan, untuk tujuan mendompleng kepopuleran atau mencari kompensasi uang/ganti rugi di kemudian hari.

Norma dasar perlindungan merek bahwa tidak ada seorang pun berhak menawarkan barangnya kepada masyarakat seolah-olah sebagai barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan merek yang sama yang dikenal

⁸ Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

oleh masyarakat sebagai merek pengusaha lainnya. Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa merek tersebut sebagai milik dari orang yang telah memakainya sebagai tanda pengenal dari barang-barangnya dan untuk membedakan dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Pengakuan tersebut didasarkan pada pengenalan atau pengetahuan masyarakat bahwa merek dagang itu berfungsi sebagai ciri pembeda. Pengenalan tersebut mendorong masyarakat untuk membeli barang yang menggunakan merek tersebut, sehingga menjadikannya sebagai objek hak milik dari pemilik merek yang bersangkutan.⁹

Pemalsuan merek sesungguhnya sudah terjadi sejak peraturan merek menganut sistem deklaratif. Sistem tersebut memberlakukan, siapa yang menjadi pemakai pertama dianggap sebagai yang berhak atas merek. Sistem deklaratif dipandang tidak memberikan kepastian hukum, karena banyaknya yang mengaku sebagai pemakai pertama merek. Akibatnya di masyarakat banyak terjadi sengketa merek yang penyelesaiannya sampai ke pengadilan.¹⁰

Adapun faktor yang menyebabkan sehingga terjadi pemalsuan merek barang dagang :

1. Memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti, karena merek yang dipalsu atau ditiru tersebut biasanya merek-merek dari barang-barang yang laris di pasaran.
2. Tidak mau menanggung resiko rugi dalam hal harus membuat suatu merek baru menjadi terkenal karena biaya iklan dan promosi biasanya sangat besar.
3. Selisih keuntungan yang diperoleh dari menjual barang dengan merek palsu jauh lebih besar jika dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh jika menjual barang yang asli, karena pemalsu tidak perlu membayar riset dan

⁹ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal 2

¹⁰ Chanra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*, (Jakarta :CV Budi Utama, 2019), hal 4

pengembangan, biaya iklan dan promosi, serta pajak, sehingga bisa memberikan potongan harga kepada pedagang. Oleh karena itu merek yang dipalsukan dan ditiru biasanya merek-merek dan barang-barang laris di pasaran.

4. Dorongan permintaan konsumen.¹¹

Adapun contoh kasus pemalsuan merek adalah sebagai berikut :

Kasus sengketa merek antara Debby Afandi selaku pemilik merek bantal "Harvest" dengan Fajar Yulistianto pemilik merek "Harvest Luxury" telah membuka mata kita tentang pentingnya menegakkan keadilan dalam melindungi hak kekayaan intelektual dan memberdayakan pelaku UMKM.

Dalam kasus ini, pihak Resort Pasuruan dinilai telah melakukan tindakan yang berpotensi merugikan dan mengkriminalisasi UMKM dengan menetapkan Debby Afandi dan istrinya, Daris Nur Fadilah, sebagai tersangka tanpa mempertimbangkan bukti-bukti yang kuat. Esensi permasalahan terletak pada perbedaan merek yang digunakan oleh kedua belah pihak. Berdasarkan keterangan kuasa hukum Debby Afandi, Sahlan Azwar, SH., kliennya lebih dulu menciptakan dan mendesain merek "Harvest" sebelum merek "Harvest Luxury" ada. Artinya, Debby dan istrinya memiliki hak prioritas untuk menggunakan merek tersebut dalam bisnis UMKM mereka. Kendati terdapat kemiripan, namun secara produk hukum dan entitas hukum, merek "Harvest" dan "Harvest Luxury" merupakan dua hal yang berbeda dan tidak bisa disamakan begitu saja.¹²

¹¹ Nickyta Julia Lamintang, *Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelaku Pemalsuan Merek Barang Dagang Berdasarkan UU No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*, **Jurnal Lex Crimen Vol. IX/No. 2/Apr-Jun/2020**.

¹² Bantal Harvest vs Harvest Luxury: Ketika Penegakan Hukum Mengancam Eksistensi UMKM - Kompasiana.com, (Perkara Nomor: 63/Pid.B/2024/PN Psr) diakses Tanggal 21 Oktober 2024

Sahlan Azwar menegaskan bahwa penetapan tersangka terhadap kliennya tidak memiliki landasan hukum yang kuat (*legal standing*) karena Debby Afandi lebih dulu mendaftarkan dan menggunakan merek "Harvest" sebelum ada pihak lain yang menggunakan merek serupa. Oleh karena itu, sudah semestinya pihak kepolisian tidak serta-merta menetapkan mereka sebagai tersangka tanpa mempertimbangkan aspek keadilan dan kepastian hukum, terutama dalam kasus-kasus yang melibatkan hak kekayaan intelektual.

Fakta bahwa pihak kepolisian meminta uang jaminan penangguhan penahanan sebesar Rp 25 juta dari Debby Afandi semakin memperkuat dugaan telah terjadi penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*). Tindakan tersebut tidak hanya mencederai rasa keadilan tetapi juga berpotensi mengkriminalisasi UMKM yang seharusnya dilindungi dan diberdayakan oleh negara. Dalam kasus ini, pihak Kepolisian Resor Pasuruan diharapkan dapat meninjau kembali proses penyidikan dan penetapan tersangka dengan mempertimbangkan aspek keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual. Perbedaan merek "Harvest" dan "Harvest Luxury" harus diapresiasi sebagai bagian dari kekayaan intelektual dan keanekaragaman produk UMKM di Indonesia.

Selanjutnya, dalam perkara lain yaitu dalam Putusan Pengadilan Negeri Pekalongan Nomor : 107/Pid.Sus/2023/PN Pkl. Dalam dakwaan perkara tersebut Terdakwa Mokhammad Khanif SE bin (Alm) H Ashari pada hari Rabu tanggal 11 Januari 2023 sekira pukul 10.00 WIB atau setidaknya dalam tahun 2023, bertempat di Toko Pribumi Dua Jalan R.A. Kartini Nomor 67 Kota

Pekalongan atau setidaknya di suatu tempat yang masih termasuk dalam daerah hukum Pengadilan Negeri Pekalongan, dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Perbuatan Terdakwa Mokhammad Khanif SE bin (Alm) H Ashari tersebut sebagaimana dirumuskan dan diancam hukuman dalam Pasal 100 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Melindungi hak kekayaan intelektual UMKM berarti melindungi perekonomian rakyat dan menjamin keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat. Pemerintah dan aparat penegak hukum harus berkomitmen untuk menegakkan keadilan dalam kasus-kasus serupa, bukan malah menjadi alat untuk mengkriminalisasi UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian bangsa.¹³

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS DUGAAN TINDAK PIDANA PEMALSUAN MEREK BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH”**.

¹³ Ibid

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi UMKM atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek?
2. Bagaimana sanksi hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan perlindungan hukum bagi UMKM atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan sanksi hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dari pokok permasalahan dan tujuan yang telah diuraikan di atas, dapat dilihat dari 3 aspek kegunaan :

1. Segi Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat berkaitan dengan perlindungan hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek dan sanksi hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menambah bahan kepustakaan dan memberikan kontribusi ilmiah dan teoritis terhadap pemahaman dan pemikiran serta pandangan baru untuk menjadi bahan kajian yang lebih lanjut serta menciptakan konsep ilmiah

dalam proses belajar mengajar bagi seluruh akademisi, sarjana hukum, dan praktisi hukum.

2. Segi Kelembagaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dan pengetahuan dalam suatu bahan kajian teoritis terutama bagi lembaga yang berwenang membuat peraturan perundang-undangan yakni lembaga DPR RI dalam rangka mengevaluasi pengembangan hukum yang berkembang saat ini, serta mampu untuk memecahkan masalah tentang perlindungan hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek dan sanksi hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek.

3. Segi Sosial Masyarakat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini untuk masyarakat adalah dapat menambah informasi dan pengetahuan serta menambah wawasan tentang perlindungan hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek dan sanksi hukum atas dugaan tindak pidana pemalsuan merek.