

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada saat manusia mulai mengenal perdagangan, merek menjadi suatu hal yang penting, karena untuk membedakan dirinya dan produk yang dimiliki oleh para pesaingnya. Dalam era perdagangan bebas seperti sekarang, merek merupakan suatu basis dalam perdagangan modern. Dikatakan basis karena merek dapat menjadi dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai *Goodwill*, lambang, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar.<sup>1</sup>

Tahapan sebuah merek dari suatu produk menjadi sebuah merek yang dikenal oleh konsumen dan menjadi merek yang dikenal oleh masyarakat sebagai aset perusahaan adalah tahapan yang sangat diharapkan baik oleh produsen maupun pemilik merek. Setelah suatu perusahaan mencapai tahapan yang menjadikan merek dikenal luas oleh masyarakat, dapat menimbulkan / terdapatnya para kompetitor yang beritikad tidak baik untuk melakukan persaingan tidak sehat dengan cara peniruan atau pembajakan. Bahkan, dengan cara

---

<sup>1</sup> Damian Eddy, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual*, P.T.ALUMNI, Bandung, 2003, hlm. 42

pemalsuan produk bermerek dengan mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat.<sup>2</sup>

Merek dibuat oleh pencipta pada dasarnya mempunyai fungsi, diantaranya untuk dijadikan merek dagang serta untuk membedakan barang dagangan satu dengan dagangan lainnya.<sup>3</sup>

Menurut H. D. Effendy Hasibuan<sup>4</sup> mengemukakan : Merek barang suatu yang diperdagangkan sama usianya dengan perdagangan itu sendiri. Ketika orang sudah memulai membuat sesuatu sudah membuat “Tanda” buaatannya itu dengan kata atau simbol yang memberikan identifikasi pembuatannya. Tanda seperti itu, tidak lebih dari nama pembuatannya, telah ditemukan pada barang dari Cina, India, Persia, Mesir, Roma, Yunani dan lainnya sekitar 4.000 tahun yang lalu. Tujuan tanda tersebut:<sup>5</sup>

1. Pertama-tama merupakan iklan bagi pembuat;
2. Kemudian menghindari sengketa tentang siapa pembuatnya; dan
3. Tanda untuk menunjukkan kualitasnya.

Berdasarkan pendapat ini, dapat diketahui bahwa merek berfungsi sebagai lambang dagangan, kualitas barang dan untuk membedakan produk dagangan yang lainnya yang kini berdasar di pasaran. Adapun menurut M. Yahya Harahap mengemukakan fungsi

---

<sup>2</sup> Kurnia Titon Slamet, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*, Bandung, 2011, hlm. 29

<sup>3</sup> Damian Eddy, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual*, Op. Cit., hlm. 44

<sup>4</sup> H. D. Effendy Hasibuan, *Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*, Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003, hlm 11

<sup>5</sup> Ibid., hlm. 13

merek selain sebagai tanda atau simbol suatu barang juga merek menunjukkan mutu suatu barang. Pendapat ini juga sejalan dengan T. Mulya Lubis dan Insan Budi Muliana<sup>6</sup> bahwa merek berfungsi untuk membedakan tanda atau identitas barang dagangan lainnya.

Kedua pendapat di atas, memberikan pemahaman bahwa fungsi merek selain sebagai tanda suatu produk, juga menandakan bahwa barang yang diperdagangkan itu mempunyai jaminan kualitas yang berbeda dengan barang dengan merek lain, sehingga merek tersebut senantiasa mempunyai daya untuk diminati konsumen.

Pemalsuan atau yang dikenal dengan produk imitasi telah menjadi fenomena ekonomi yang signifikan. Peningkatan permintaan untuk produk imitasi, membuat terjadinya studi tentang faktor-faktor penentu sikap konsumen dalam membeli produk imitasi. Pemalsuan, produksi dan penjualan produk-produk palsu yang tampaknya identik dengan produk asli, telah menjamur di seluruh dunia dan mengalami pertumbuhan ditingkat yang berbahaya.<sup>7</sup>

Niat membeli konsumen terhadap produk imitasi dari produk bermerek terkenal, sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Beragam faktor seperti citra merek, kesadaran nilai serta sikap terhadap pemalsuan merek mewah mempengaruhi niat membeli konsumen.

Citra merek suatu produk terkenal juga mempengaruhi niat membeli

---

<sup>6</sup> <http://insanbudimaulana.blogspot.co.id/2011/05/insan-budi-maulana.html>, diakses pada tanggal 31 Mei 2019

<sup>7</sup> Kurnia Titon Slamet, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*, Op. Cit., hlm. 33

konsumen terhadap produk imitasinya. Jadi citra merek sangatlah penting karena mempengaruhi konsumen untuk pembelian produk selanjutnya, begitu juga dengan produk imitasi yang menyerupai produk merek terkenal. Merek tersebut sangat dipercaya konsumen dengan kualitas yang baik. Sehingga konsumen membelinya tetapi dengan harga yang relatif lebih murah.<sup>8</sup>

Di lain pihak, persaingan dagang semakin besar sehingga mendorong orang lain melakukan perdagangan dengan jalan pintas (*free riding*) terhadap merek terkenal. Tindakan *free riding* merupakan tindakan yang berusaha untuk membuat, meniru, dan menyamai suatu merek barang atau jasa untuk menumpang ketenaran suatu merek. Tindakan seperti inilah yang disebut sebagai *passing off* dengan menggunakan merek dari pihak lain secara melawan hukum. *Passing off* mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek sesungguhnya seperti menurunnya reputasi perusahaan, omset penjualan yang menurun, dan tuntutan dari konsumen yang merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan merek aslinya.<sup>9</sup>

Persaingan yang tidak sehat dalam kegiatan perdagangan akan merugikan konsumen, misalnya permasalahan pada merek terkenal. Merek terkenal telah dikenal oleh semua kalangan masyarakat sehingga mendorong berbagai produsen untuk memperkenalkan produk yang baru. Kegiatan ini dipengaruhi oleh daya tarik merek yang

---

<sup>8</sup> Achmad Zen Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, P.T. ALUMNI, Bandung, 2005, hlm. 52

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 53

mampu menarik perhatian konsumen secara potensial. Selain itu, persaingan dagang di era pasar bebas ini mendorong produsen melakukan tindakan yang melanggar hukum seperti tindakan *passing off*, sehingga terciptalah barang atau produk yang dikenal masyarakat dengan istilah "KW"<sup>10</sup>

Mengenai perdagangan produk atau barang palsu atau yang juga dikenal dengan barang "KW", dalam Pasal 100 – Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) diatur mengenai tindak pidana terkait merek:

#### Pasal 100 UU MIG<sup>11</sup>

1. *Setiap Orang yang 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, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*
2. *Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*
3. *Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).*

#### Pasal 101 UU MIG<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Kurnia Titon Slamet, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*, Op. Cit., hlm. 35

<sup>11</sup> Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pasal 102 UU MIG<sup>13</sup>

Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menetapkan judul penelitian skripsi ini adalah : "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS KEJAHATAN PEMALSUAN MEREK DENGAN CARA *PASSING OFF* YANG DILAKUKAN PENGUSAHA ATAS MEREK TERKENAL

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas penulis dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi kosumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha ?

---

<sup>12</sup> Pasal 101 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>13</sup> Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

2. Bagaimana penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal ?

### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penulis melaksanakan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis tentang perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha ;
2. Untuk mengetahui dan memahami tentang penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal.

Sedangkan kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah, bahwa bagi penulis diharapkan dapat memberikan dan mengembangkan wawasan penulis dalam memahami tentang perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha dan penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal.

### D. Landasan Teori

#### Teori Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato,

Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.<sup>14</sup>

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.<sup>15</sup>

Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 53

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 54

1. Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.
2. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk Melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.
3. Menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyetarakan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.
4. Menurut Philipus M. Hadjon Selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah

(ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.<sup>16</sup>

Jadi pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

## E. Metode Penelitian

Metode penelitian berperan penting untuk mendapatkan data yang akurat dan terpercaya. Metode penelitian ini juga digunakan sebagai alat atau cara untuk pedoman dalam melakukan penelitian.

### 1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang di gunakan dalam penulisan skripsi yang berjudul : “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS KEJAHATAN PEMALSUAN MEREK DENGAN CARA *PASSING OFF* YANG DILAKUKAN PENGUSAHA ATAS MEREK TERKENAL”, adalah yuridis normatif yaitu menganalisis kaitan antara peraturan perundang-undangan yang berlaku

---

<sup>16</sup> Asri Wijayanti, *Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi*, Jakarta : Sinar Grafika, 2009, hlm. 10

dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan yang dibahas. Penelitian ini akan menganalisis masalah hukum, fakta, dan gejala hukum lainnya yang berkaitan dengan pendekatan hukum, kemudian di peroleh gambaran yang menyeluruh mengenai masalah yang akan di teliti. Penelitian yang berbentuk deskriptif analisis ini hanya akan menggambarkan keadaan objek atau persoalan dan tidak dimaksudkan mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atas

kejahatan pemalsuan merek dagang.<sup>17</sup>

## 2. Metode Penelitian

Metode pendekatan yang dilakukan dalam penelitian hukum ini adalah dengan menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang mengutamakan data kepustakaan yaitu penelitian terhadap data sekunder. Data sekunder tersebut dapat berupa bahan hukum primer, sekunder maupun tersier.<sup>18</sup> Penelitian ini meliputi penelitian mengenai ketentuan hukum positif yang berlaku di Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen atas kejahatan pemalsuan merek dagang.

---

<sup>17</sup> Soerjono, Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2010, hlm. 81

<sup>18</sup> Ronny Hanitijo, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2000, hlm.24

### 3 . Tahap Penelitian

Tahap penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menginventarisir bahan-bahan hukum khususnya bahan kepustakaan antara lain :

#### a. Bahan Hukum Primer

Bahan–bahan hukum yang digunakan dalam penelitian dengan kekuatan yang mengikat meliputi norma dan kaidah dasar seperti, peraturan perundang-undangan catatancatatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundangundangan, dan putusan hakim, dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, meliputi :<sup>19</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan Peraturan-peraturan lainnya yang berkaitan dengan judul skripsi.

#### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan implementasinya, seperti hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, makalahmakalah seminar, dan lain-lain. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini meliputi bahan-bahan bacaan yang ada hubungannya dengan masalah perlindungan hukum bagi konsumen atas kejahatan pemalsuan merek dagang, sebagai objek yang teliti yaitu

---

<sup>19</sup> Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 141

literatur dan karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih lanjut dari bahan hukum primer dan sekunder yaitu, kamus, baik kamus terjemahan maupun kamus hukum, majalah dan internet (*virtual research*).<sup>20</sup>

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang di peroleh dari hasil penelitian yang di dapat secara langsung pada objek penelitian, yaitu dengan cara studi Kepustakaan Studi Kepustakaan di lakukan dengan penelitian yang sifatnya litelatur untuk mencari, menemukan dan menggunakan bahanbahan mengenai konsepsi-konsepsi, teori-teori, atau pun pendapat-pendapat ahli yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian dan penulisan skripsi.<sup>21</sup>

5. Metode Analisis

Sesuai dengan permasalahan yang menjadi pokok bahasan penelitian penulis, maka penelitian yang akan di gunakan adalah penelitian yuridis normatif yaitu data sekunder yang di

---

<sup>20</sup> Soekanto Soerjono dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT RajaGrafindo Persada, 1995, hlm. 62

<sup>21</sup> Ibid.

peroleh secara kualitatif untuk mencapai kejelasan masalah yang di  
bahas dengan teratur dan sistematis.<sup>22</sup>



**IBLAM**  
School of Law

---

<sup>22</sup>Bambang Mudjiyanto, *Petunjuk Praktis Metode Penelitian Kualitatif*, Tiarana Lokus, Yogyakarta, 2014, hlm.3.