

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang timbul atau hasil olah pikir otak manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Secara umum dapat dikatakan bahwa objek yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Oleh karena itu ada yang berpendapat bahwa hak-hak tersebut digolongkan kedalam hak-hak atas barang-barang yang tak berwujud.

Analoginya adalah jika ide-ide tersebut keluar dari fikiran manusia dan menjelma dalam suatu ciptaan, kesastraan, ilmu pengetahuan, dan lain-lain, maka menjadi benda berwujud dan dapat menjadi sumber keuntungan. Dengan begitu obyek utama dari HKI adalah karya, cipta, hasil buah pikiran, atau intelektualita manusia. Kata “intelektual” tercermin bahwa objek kekayaan intelektual tersebut adalah kecerdasan, daya pikir, atau produk pemikiran manusia. Setiap manusia memiliki hak untuk melindungi atas karya hasil cipta, rasa dan karsa setiap individu maupun kelompok.

Perlunya memahami HKI adalah untuk menimbulkan kesadaran akan pentingnya daya kreasi dan inovasi intelektual sebagai kemampuan yang perlu diraih oleh setiap manusia, siapa saja yang ingin maju sebagai faktor pembentukan kemampuan daya saing dalam penciptaan inovasi-inovasi yang kreatif.

Sama halnya dengan hak cipta, paten serta hak kekayaan intelektual lainnya maka hak merek juga merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual. Selain dari alasan yang disebutkan pada bagian awal tulisan ini, maka khusus mengenai merek secara eksplisit disebut sebagai benda material dalam konsiderans Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bagian menimbang butir a yang berbunyi :

Bahwa di era perdagangan global sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat Penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri.

Merek merupakan bentuk perlindungan HKI yang paling dekat dengan masyarakat dalam sehari-hari. Barang apapun yang dibutuhkan masyarakat, lebih sering disebut, dengan nama dagangnya ketimbang nama generiknya. Merek atau juga bisa dikenal dengan istilah *brand* adalah penanda identitas dari sebuah produk barang yang ada dalam perdagangan.

Dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yaitu pada Pasal 1 angka 1 berbunyi :

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.

Perdagangan di era globalisasi saat sekarang ini erat kaitannya dengan aspek HKI, terutama merek. Merek memiliki fungsi yang sangat penting dan strategis di dalam perdagangan, karena tidak hanya berfungsi untuk membedakan suatu produk dengan produk lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset

perusahaan yang tidak ternilai, terutama untuk merek-merek yang sudah berpredikat terkenal.

Salah satu jenis industri HKI yang tumbuh pesat dan nyata saat sekarang ini yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara adalah industri sepatu. Hal ini ada karena tumbuhnya peningkatan gaya hidup masyarakat akan penampilan. Dengan adanya kenyataan ini maka peluang yang besar sangat-sangat dimanfaatkan oleh para pedagang sepatu dengan menjual berbagai jenis dan merek sepatu.

Sepatu bermerek yang sedang populer di era globalisasi saat sekarang ini seperti Adidas, Asics, Converse, DC Shoes, Macbeth, Nike, New Balance, Reebok, Vans. Setiap sepatu menawarkan kelenturan, keindahan, gaya dan merek tersendiri untuk pelanggannya, sampai-sampai penetapan harganya pun cukup bersaing sesuai dengan jenis dan segmen pasarnya. Seperti diketahui bahwa tawaran produk sepatu bermerek di era globalisasi saat sekarang ini mengalami persaingan yang sangat pesat.

Ditambah lagi dengan daya beli masyarakat Indonesia yang rendah menyebabkan mereka lebih memilih barang yang harganya lebih murah walaupun mereka tahu bahwa merek pada barang itu palsu dan kualitasnya tidak sebaik yang harganya lebih mahal. Banyaknya peminat pada produk bermerek palsu memang terletak pada harganya yang jauh lebih murah berkisar Rp.50.000 – Rp.350.000 dibandingkan dengan harga aslinya yakni berkisar Rp.4.000.000– Rp. 20.000.000. Maka tidak jarang pula para pedagang sepatu beriktikad tidak baik, memanfaatkan keadaan dan tidak bertanggung jawab dalam menyalahgunakan hasil karya cipta

merek terkenal itu dengan menjual belikan sepatu dengan model dan merek yang sangat-sangat mirip dengan merek aslinya.

Di Indonesia kasus-kasus pelanggaran merek terkenal dapat dijumpai dari pedagang kaki lima di sepanjang trotoar, pusat-pusat perbelanjaan sampai pusat-pusat pertokoan yang berada di mal-mal mewah yang memajang barang-barang dagangnya di etalase yang indah. Sama halnya di Kota Medan tepatnya berada di Pasar Sentral banyaknya beredar barang bermerek terkenal salah satunya seperti merek sepatu Nike.

Pasar Sentral, Kota Medan juga menyediakan barang-barang merek palsu yang terkenal lainnya seperti Tas, Pakaian, Jam Tangan dan lain sebagainya dengan berbagai macam pilihan merek, model barang dan harga murah yang dapat menarik banyak peminat dari kalangan bawah.

Pemalsuan merek seperti saat sekarang ini menjadikan dunia bisnis terpuruk di sebabkan persaingan usaha yang tidak sehat yang berakibat maraknya perilaku yang beritikad tidak baik dari pedagang sepatu. Situasi seperti ini akan semakin menyulitkan dunia bisnis yang ada di Kota Medan. Dan dapat menyebabkan pemilik asli merek tersebut dirugikan karena hak kekayaan intelektualnya dilanggar dan secara tidak langsung telah menurunkan omset penjualannya.

Dengan adanya ketentuan yang mengatur mengenai merek dagang, Indonesia Selangkah lebih maju dalam mengatasi pemalsuan merek terkenal yang ada di Indonesia. Namun dalam praktek pelaksanaannya dalam menegakan hukum terhadap pemalsuan merek terkenal masih perlu ditingkatkan. Permasalahan yang

dihadapi oleh penegak hukum adalah menentukan kriteria dan daftar merek-merek yang sudah ada maupun terkenal dan juga tidak adanya delik aduan dari pemilik merek asli.

Kenyataannya, penegakan hukum bagi pemalsuan merek dagang masih belum memuaskan, hal ini dapat diketahui dari hal-hal sebagai berikut: penjatuhan sanksi pidana bagi pelaku kejahatan dibidang merek relatif ringan jika dibandingkan dengan sanksi pidana yang terdapat di Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

Berdasarkan Fakta-fakta tersebut dapat dikatakan bahwa masih banyaknya para pedagang sepatu melakukan pelanggaran terhadap merek terkenal di Indonesia terutama di Pasar Sentral, Kota Medan, maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul **Perdagangan Sepatu Merek Terkenal Palsu Di Kota Medan Ditinjau Dari Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, agar penelitian menjadi terarah dan jelas tujuannya, maka perlu identifikasi masalah. Dengan demikian yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Masih ditemukannya perdagangan sepatu merek terkenal palsu di Kota Medan yang dilakukan oleh para pedagang sepatu.
2. Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya perdagangan sepatu merek terkenal palsu di Kota Medan yang dilakukan oleh para pedagang sepatu.

3. Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya masyarakat memilih untuk membeli sepatu merek terkenal palsu.
4. Penyelesaian hukum pada pedagang sepatu yang melakukan pelanggaran merek dagang menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
5. Bahwa banyak kerugian yang diterima oleh pemilik merek asli dengan adanya perdagangan sepatu merek terkenal palsu.
6. Fungsi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis belum sepenuhnya terlaksana dengan maksimal.

1.3 Batasan Masalah

Setelah melihat identifikasi masalah maka penelitian ini perlu membuat batasan masalah. Dengan demikian yang menjadi pembatasan masalah dan fokus masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya pedagang sepatu menjual sepatu merek terkenal palsu.
2. Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya masyarakat membeli sepatu merek terkenal palsu.
3. Penyelesaian pelanggaran merek dagang atas sepatu merek terkenal palsu pada pedagang sepatu menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan maraknya pedagang sepatu menjual sepatu merek terkenal palsu ?
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan maraknya masyarakat membeli sepatu merek terkenal palsu ?
3. Bagaimana penyelesaian pelanggaran merek dagang atas sepatu merek terkenal palsu menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya pedagang sepatu menjual sepatu merek terkenal palsu.
2. Untuk mengetahui dan memahami Faktor-faktor yang menyebabkan maraknya masyarakat membeli sepatu merek terkenal palsu.
3. Untuk mengetahui dan memahami penyelesaian pelanggaran merek dagang atas sepatu merek terkenal palsu menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi geografis.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat teori
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan tentang Hak Kekayaan Intelektual khususnya Merek Dagang

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif terhadap pengembangan ilmu hukum khususnya yang berkaitan dengan perdagangan sepatu merek terkenal palsu di Kota Medan ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Manfaat praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat membawa hasil yang dijadikan bahan masukan bagi para pihak yang berkaitan dengan perdagangan sepatu merek terkenal palsu di Kota Medan ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

b. Bagi masyarakat pada umumnya penelitian ini dapat memberikan himbauan agar masyarakat dapat berperan aktif ikut serta dalam menanggulangi pemalsuan terhadap merek dagang