

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin pesatnya perkembangan ekonomi dan industri di Indonesia, dan dengan beragam nya produk barang ataupun jasa yang beredar di pasaran membuat kalangan-kalangan perusahaan perlu menjaga kualitas produk pasaran nya di setiap tempat. Cara yang dilakukan oleh pengusaha agar produknya dapat dipercaya oleh konsumen dan pembeli, adalah memilih merek dan terdaftar karna banyaknya peniruan produk di suatu perusahaan yang sudah terkenal.

Dagang mempunyai peranan penting dalam dunia perdagangan suatu produk barang atau jasa, karena merek ada untuk membuat suatu produk mempunyai ciri khas agar dikenal. Salah satu nya untuk mendorong kelancaran penjualan sehingga mempengaruhi perekonomian baik internal maupun eksternal. Di era teknologi yang semakin maju membawa dampak besar dalam bidang perekonomian, hal ini membuat adanya tekanan terhadap aturan hukum khususnya pada Hak Kekayaan Intelektual semakin kuat, dan aktifitasnya dalam perdagangan membawa dampak dalam meningkatkan berbagai barang dan jasa di pasaran. Dan pengaruh dari komunikasi yang sangat terbuka dan pemasaran yang sangat luas sangatlah umum bagi pemilik merek untuk mengembangkan reputasi dan bahkan sebelum barang-barang dengan suatu merek dijual secara luas melewati publikasi internasional, internet, kabel televisi, dan satelit.¹

¹ Noehardi Cita Citrawinda, 2020, " Perlindungan Merek Terkenal dan Konsep Dilusi Merek dari Perspektif Global", Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, hal. 1.

Selanjutnya fenomena ini mengakibatkan terjadinya globalisasi ekonomi karena jumlah negara yang terlibat dalam kegiatan ekonomi di dunia semakin banyak. Berbagai negara internasional mengenal kegiatan ini sebagai prinsip liberasi perdagangan atau yang biasa dikenal dengan perdagangan bebas (Hendra Tanu Atmadja, 2015). Dampak globalisasi ini juga tidak terelakkan sampai terhadap tatanan hukum yang semakin bergerak ke arah yang lebih memadai dan memaksa untuk berkonvergensi hingga tercapainya efisiensi secara ekonomis.

Seiring berkembangnya era teknologi yang cukup pesat, maka semakin diperlukannya suatu pendekatan serta penyelarasan antara hukum dan teknologi itu sendiri. Bahwa antisipasi secara yuridis juga dibutuhkan terhadap perubahan teknologi yang begitu cepat ini. Kemudian terjadinya perdagangan bebas yang juga merupakan dampak dari perkembangan teknologi membuat berbagai negara di dunia mengadakan suatu konvensi perdagangan internasional yang dikenal sebagai *General Agreement Tariff Trade (GATT)*.²

Berkembangnya *GATT* kemudian menjadi awal dibentuknya *World Trade Organization (WTO) Agreement Establishing the World Trade Organization* di dalamnya memuat banyak *annex* atau lampiran yang memiliki kaitan dengan perdagangan dunia. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang meratifikasi perjanjian tersebut dengan dibuktikan adanya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization*.

² Hendra Tanu Atmadja, 2015, "Urgensi Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Era Perdagangan Bebas", Universitas Esa Unggul Jakarta, hal, 192.

Kekayaan intelektual yang dimaksud disini adalah hak kepemilikan atas suatu karya yang dihasilkan dari kemampuan intelektualitas manusia terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi melalui orisinalitas, rasa, karya, dan karsa. Hukum kekayaan intelektual memiliki berbagai syarat yang mewajibkan untuk suatu karya intelektualitas tersebut dapat dilindungi, diantaranya adalah harus memiliki nilai manfaat atau kegunaan, serta nilai ekonomis pada karya intelektualitas tersebut. Ketika suatu karya intelektualitas telah dilindungi oleh hukum kekayaan intelektual, maka secara otomatis lahirlah yang dinamakan dengan Hak Kekayaan Intelektual. Setiap hak eksklusif yang timbul dan/atau diberikan oleh negara kepada seseorang atau sekelompok orang yang menjadi pencipta, investor, pendesain, perancang, atau pemangku karya seni, sastra, ilmu pengetahuan atau ivensi dalam berbagai bidang teknologi itulah yang nantinya dikenal sebagai sebuah Hak Kekayaan Intelektual (Bagas Kristiana Joenata, 2024).³

Dalam hal kekayaan intelektual, merek berfungsi sebagai penanda untuk membedakan suatu produk barang dan/jasa yang dihasilkan oleh para pelaku usaha. Bagi produsen penjual produk, merek juga digunakan untuk menjadi reputasi atas produk yang dihasilkannya. Kedudukan merek terbilang sangatlah penting khususnya dalam dunia pemasaran produk, sebab masyarakat umum sering mengaitkan merek tertentu dengan kualitas maupun reputasi barang dan/jasa.

³ Bagas Kristiana Joenata, 2024, “ Tinjauan Yuridis Terhadap Putusan Kasasi “, Universitas Padjadjaran, hal, 237-255.

Pentingnya sebuah kesadaran dari masyarakat dalam hukum dan perannya dalam kehidupan sosial. Kesadaran hukum dapat diartikan sebagai kesadaran seseorang atau masyarakat kepada aturan-aturan hukum yang berlaku. Kesadaran hukum melibatkan pengakuan bahwa hukum adalah kerangka kerja yang mengatur perilaku individu dan interaksi sosial. Ini mencakup pemahaman bahwa hukum adalah sarana untuk mencapai keadilan, memelihara ketertiban, melindungi hak asasi manusia, dan mempromosikan kesejahteraan sosial. Kesadaran hukum juga mencakup pemahaman tentang konsekuensi dari melanggar hukum, baik secara pribadi maupun sebagai anggota masyarakat.⁴

Posisi konsumen sendiri menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 1 ayat 2, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Produk makanan dan minuman yang beredar dipasaran cukup mampu meraih minat konsumen untuk mengkonsumsinya. Pihak pelaku usaha atau pedagang berharap terus mengkonsumsi produknya, sehingga mendapatkan pedagang keuntungan. Persaingan antara pedagang menimbulkan kecurangan yang dapat merugikan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti melakukan prasurve di toko naufal terdapat beberapa produk-produk makanan dan minuman kemasan yang tidak terdapat informasi pada kemasan plastik tersebut. Dalam prasurvef yang dilakukan peneliti produk-produk tersebut sudah tidak layak dikonsumsi.

⁴ Soerjono Soekamto, 1982, Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum, Cetakan Pertama (CV. Rajawali: Jakarta,) 152.

Berdasarkan pernyataan pelaku usaha tersebut produknya masih dijual karena masih dalam pengemasan yang baik. Karena produknya dalam keadaan pengemasan yang baik, banyak konsumen yang tidak menyadari kondisi produk sebenarnya sehingga produk tersebut terjual dan tetap ditawarkan kepada konsumen. Menurut pernyataan hasil wawancara kepada konsumen tindakan tersebut seperti tidak lain untuk mencari keuntungan dan tidak menyadari akan merugikan konsumen yang mengkonsumsinya.⁵

Penyampaian informasi yang tidak jujur karena sebenarnya produk-produknya sudah tidak layak bagi konsumen. Pelaku usaha mengetahui bagaimana sebenarnya kondisi produknya, masa berlakunya, seperti susu kedelai yang dijual bahkan diproduksi karena produk hanya bertahan 4 hari, pelaku usaha tetap menjualnya karena berasalan bahwa produk tersebut harus habis, dan masih dalam pengemasan yang baik. Begitupun dengan roti yang dijualnya, pemberian informasi dengan tidak jujur menimbulkan kerugian bagi konsumen salah satunya kerugian dan kesehatan.

Karena produk yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi berpengaruh besar pada kesehatan tubuh, bahkan dapat menimbulkan kematian atas kesengajaan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Menurut konsumen yang peneliti wawancarai terdapat 6 konsumen yang mengalami dampak dari tindakan pelaku usaha, seperti diare dan muntah, hal tersebut berdasarkan dari pernyataan konsumen setelah melakukan pemeriksaan di dinas kesehatan terkait kondisi nya setelah mengonsumsi produk makanan dan minuman dari toko tersebut.

⁵ Bapak Joko, 2023, Konsumen ditoko Naufal yang dilakukan pada tanggal 18 maret 2023 pukul 15.00 Wib-selesai

Hukum dapat dilihat pada salah satu kasus sengketa merek yang baru-baru saja terjadi antara pemilik merek "*PS GLOW*", Putra Siregar dengan pemilik merek "*MS GLOW*", Shandy Purnamasari. Pada kasus ini dapat ditemui masalah terkait pelanggaran atas ketidaksesuaian merek yang didaftarkan dengan yang merek digunakan. Kasus sengketa ini terjadi berawal dari diajukannya gugatan oleh PT Pstore Glow bersinar Indonesia sebagai pihak yang berkepentingan terhadap enam tergugat, yakni PT Kosmetika Global Indonesia, PT Kosmetika Cantik Indonesia, Shandy Purnamasari, Gilang Widya Pramana, Sheila Marthalia, dan Titis Indah Wahyu Agustin.

Penggugat mengajukan gugatan yang menyatakan bahwa merek dagang kelas 3 milik tergugat "*MS GLOW*" untuk produk kosmetik memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek dagang kelas 3 milik penggugat "*PS GLOW*" dan "*PS TORE GLOW*" untuk produk sejenis. Majelis hakim menyatakan dalam putusannya bahwa penggugat adalah salah pihak yang memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek dagang "*PS GLOW*" dan "*PS TORE GLOW*" untuk produk kosmetik yang merupakan golongan kelas 3. Majelis hakim selanjutnya menyatakan bahwa para tergugat telah menggunakan merek dagang "*MS GLOW*" secara tanpa hak dan melawan hukum yang dimana merek tersebut memiliki banyak kemiripan dengan merek dagang penggugat. Walaupun pada faktanya, berdasarkan pangkalan data kekayaan intelektual, merek dagang milik penggugat, yaitu "*PS GLOW*" sudah terdaftar dengan nomor pendaftaran IDM000969902 dengan tanggal permohonan yakni 9 November 2021, sedangkan merek dagang "*MS GLOW*" milik para tergugat sudah terdaftar lebih dahulu dengan nomor

pendaftaran IDM000633038 dengan tanggal permohonan yakni 8 Agustus 2018. Sehingga berdasarkan prinsip *first to file*, sebetulnya tergugatlah yang dapat dikatakan mempunyai hak eksklusif terhadap merek dagang “*MS GLOW*” dan dinyatakan melakukan pelanggaran persamaan merek, oleh Majelis Hakim dalam Putusan Nomor 2/Pdt.Sus.HKI/2022/PN.Niaga.Sby.

Tak terima dengan putusan tersebut, maka pihak *MS GLOW* selaku para tergugat pun melakukan upaya hukum, yaitu permohonan banding kasasi ke Mahkamah Agung. Bertolak belakang dengan hasil putusan Pengadilan Niaga Surabaya, yang ternyata di tingkat kasasi ini Majelis Hakim Mahkamah Agung justru memenangkan pihak *MS GLOW*. Dimana dalam putusannya Majelis Hakim mengabulkan permohonan kasasi sepenuhnya dari para Pemohon Kasasi/Tergugat, yakni PT Kosmetik Global Indonesia, PT Kosmetika Cantik Indonesia, Gilang Widya Pramana, Shandy Purnamasari, Titis Indah Wahyu Agustin, dan Sheila Marthalia. Pada tanggal 30 Januari 2023 pun telah diresmikannya di putusan Mahkamah Agung nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023 sehingga menandakan diresmikannya pula pembatalan putusan terdahulu, yakni putusan Nomor 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/2022/PN.Niaga.Sby. adalah batal.

Berdasarkan apa yang diuraikan diatas, penulis mengkaji lebih dalam tentang Kajian Hukum Putusan Hakim Tentang Eksklusif Atas Penggunaan Merek Dagang PS Glow dan PS Store Glow (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023). Bahwa merek haruslah tunduk pada aturan, UU 20 /2016 Tentang Merek Indikasi Geografis

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Perumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap hak atas merek dalam perusahaan Ps Glow dan Ps Store Glow?
2. Apa yang menjadi dasar putusan Mahkamah Agung NO.161 K/Pdt Sus-HKI/2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana perlindungan hukum terhadap hak atas merek dalam perusahaan Ps Glow dan Ps Store Glow?
2. Untuk mengetahui Apa yang menjadi dasar putusan Mahkamah Agung NO.161 K/Pdt Sus-HKI/2023?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dan kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini dapat memberikan pengalaman bagi penulis dalam bidang penelitian dan untuk memperluas pengetahuan penulis dalam bidang hukum khususnya bidang yang berkaitan dengan kajian hukum putusan hakim tentang eksklusif atas penggunaan merek dagang Ps Glow dan merek dagang Ps Store Glow.

2. Bagi dunia akademik, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum, *Information Technology* dan linguistik.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan dan pemahaman penelitian ini, maka penulis membuat sistematika yang dibagi dalam 5 (lima) bab, yang setiap bab nya terdiri dari sub-sub bab yang disesuaikan dengan lingkup pembahasan.

Adapun penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai pendahuluan yang terdiri dari :

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika Pendahuluan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai Tinjauan Umum tentang kajian hukum putusan hakim tentang eksklusif atas penggunaan merek dagang Ps Glow dan merek dagang Ps Store Glow.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan metode penelitian yang akan penulis buat dalam skripsi ini yang mencakup : Jenis Penelitian, Tempat Penelitian, dan Waktu Penelitian, bahan dan alat penelitian, cara kerja, sumber data dan analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan pertanyaan penelitian. Bagian ini menyajikan tiga hal, yakni kerangka berpikir, sistematika penulisan,

dan pembahasan penelitian. Kerangka berpikir disiapkan ketika menyusun proposal penelitian. Sistematika penulisan ini disusun sesuai kerangka berpikir.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan yang baik adalah yang menjawab tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, dan hipotesis penelitian. Kesimpulan juga bertujuan untuk membantu pembaca memahami mengapa penelitian sangat penting bagi mereka.