

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada perkembangan zaman yang sekarang ini membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif seperti halnya pria dan wanita yang berlomba-lomba untuk membeli ataupun memiliki barang-barang dengan merek ternama seperti *Nike* untuk sekedar dikoleksi maupun untuk dipakai sehari-hari. Mulai dari kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas mereka sama-sama ingin memiliki barang-barang dengan merek *Nike* yang sudah terkenal.¹

Adapun menurut para ahli tentang perilaku konsumtif yakni sebagai suatu keinginan dalam mengonsumsi barang – barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan inefisiensi biaya.²

Menurut pendapat ahli diatas jika dikaitkan dengan studi kasus pada era sekarang perihal sepatu *Nike* dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif itu hanya bersifat maya atau semu untuk memuaskan kesenangan individu semata tanpa mempertimbangkan manfaat dan

¹Adelia Fryzia, *Gaya Hidup Perilaku Konsumtif*, www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif, diakses pada tanggal 7 April 2021, pukul 23:11 WIB.

² P.W Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, trans. Budiyanto 2006, Jakarta, Binarupa Aksara, hlm. 34.

dampak positif maupun negatif setelahnya. banyak remaja yang terpengaruh akan adanya iklan dan tawaran - tawaran dari media massa dan berpengaruh dari gaya hidup dilingkungan sekitar mereka. Dampak positif dalam membeli barang tiruan menurut peneliti adalah dapat menambah rasa percaya diri dalam bergaul disemua kalangan masyarakat, sedangkan dampak negatifnya menggunakan barang merek tiruan adalah dari kualitas yang non *original* mengakibatkan pemakaian barang tersebut cepat rusak karena kualitas yang buruk.

Nike telah beroperasi di Indonesia sejak 1988 dan hampir sepertiga dari sepatu yang ada sekarang merupakan produk dari sana. Koordinator perusahaan *Nike* di Indonesia adalah Azam Fathoni. Meskipun jauh dari negeri asalnya, yaitu Amerika Serikat, pengerjaan *Nike* di Indonesia sebenarnya sudah melalui pengawasan ketat. Setiap pabrik produksi *Nike* di Indonesia mengecek kualitas dan proses pembuatan yang sudah menyesuaikan persyaratan standar dari *Nike* sendiri. Jadi, tak perlu khawatir kualitasnya menurun dibandingkan saat masih Beredar di Amerika Serikat. Konsumen bisa menemukan pabrik yang memproduksi *Nike* di beberapa daerah yang baru berkembang dalam hal industri ringan seperti di Tangerang, Serang, dan bagian barat Jakarta.³

Selain pendaftaran dan mendapatkan perlindungan di berbagai Negara di dunia, merek *Nike* telah diajukan pendaftarannya di Indonesia pada Direktorat Merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual,

³ Reza Andrian, *Mengulik Sejarah Nike Merek Sepatu yang Terkenal dengan Logo Swoosh-nya*, <https://highlight.id/sejarah-awal-mula-bisnis-nike-merek-fashion-sepatu-dari-masa-ke-masa/>, diakses pada tanggal 19 Mei 2021, pukul 21:59 WIB.

Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI pada tanggal 20 Februari 2001 dengan Nomor Permohonan D002000018579 dan Nomor Pendaftaran IDM000018994 untuk melindungi jenis barang Kelas 25.⁴

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis selanjutnya ditulis dengan Undang- Undang Merek, 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. Dari definisi yang dinyatakan dalam Undang-Undang Merek di atas dapat, diketahui bahwa pada hakikatnya merek adalah sebuah tanda. Akan tetapi, sebuah tanda tidak akan demikian saja diterima sebagai merek jika tidak memiliki daya pembeda.

Undang- Undang Merek juga terdapat rumusan tentang definisi merek seperti Merek Dagang dan Merek Jasa. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya dan Merek Jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

⁴ Dirjen HKI, *Nomor Merek Nike di Indonesia*, <https://pdkiindonesia.dgip.go.id/index.php/merek/ZnV4b1ErWjMwWjVvWGJIZkloNWZTd09?g=Nike%2C+Inc.&type=1&skip=0>, diakses pada tanggal 4 November 2020, pukul 21:55 WIB.

Perlindungan hukum merek⁵ yang diberikan baik kepada merek asing atau lokal, terkenal atau tidak terkenal hanya diberikan kepada merek yang terdaftar. Untuk itu setiap pemilik merek diharapkan agar mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual agar dapat memperoleh perlindungan hukum terhadap mereknya. Menurut Pasal 35 Undang- Undang Merek juga mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan permohonan merek bersangkutan. Atas permohonan pemilik merek jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat diperpanjang setiap kali untuk jangka waktu yang sama.

Perlindungan hukum berdasarkan sistem *first to file principle* berarti bahwa pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran diberi prioritas untuk mendapatkan pendaftaran merek dan diakui sebagai pemilik merek yang sah dan diberikan kepada pemegang hak merek⁶ terdaftar yang beritikad baik bersifat preventif maupun represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan melalui pendaftaran merek dan perlindungan hukum represif diberikan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana dengan mengurangi kemungkinan penyelesaian alternatif diluar pengadilan.⁷

⁵ Siti Marwiyah, "Perlindungan Hukum atas Merek Terkenal", *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol 2 No 1 (2010), hlm. 11.

⁶ Nur Hidayati, "Perlindungan Hukum Bagi Merek yang Terdaftar", *Ragam Jurnal Pengembangan Humanivora*, Vol 11 No 3 (2011), hlm. 23.

⁷ Ahad Hossan, 1997, *Beberapa hal Tentang Perlindungan Hukum Merek di Indonesia*, Jakarta, Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual, hlm. 102.

Penyebaran barang tiruan di pasar kian meresahkan banyak pihak dan merugikan pemerintah dari sisi pajak, investor atau pemegang merek, keberadaan barang tiruan juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen. Bentuk kerugian yang didapatkan dari sisi pekerja yaitu secara nasional industri didalam negeri berpotensi mengalami potensi kehilangan Rp 3 triliun per tahun, yang seharusnya dapat digunakan untuk membayar upah tenaga kerja atau buruh yang bekerja pada produsen barang asli akibat maraknya peredaran barang tiruan. Kerugian yang dialami pemerintah adalah barang- barang tiruan yang diproduksi di Indonesia atau di ekspor ke Indonesia tidak melewati bea cukai pajak atau tidak membayar pajak.⁸

Penipuan terjadi terhadap penjualan barang tiruan serta merugikan beberapa konsumen seperti sulitnya membedakan yang mana barang asli atau barang tiruan. Membeli beberapa barang dengan harga yang mahal, tetapi mendapatkan barang yang tiruan, dikarenakan limitasi pengetahuan mengenai keaslian suatu barang tersebut. Konsumen hanya melihat keaslian barang tersebut dari harga, bukan dari sebuah kualitas atau mutu barang tersebut.⁹

Kasus yang akan peneliti bahas pada skripsi ini mengenai perlindungan hukum terhadap merek dagang *Nike* pada barang tiruan sepatu yang beredar di Yogyakarta, yaitu di pasar Klithikan Pakuncen.

⁸ Hen, *Dampak Peredaran Produk 'Abal-abal' Industri Rugi Rp 3 Triliun*, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2639468/dampak-peredaran-produk-abal-abal-industri-rugi-rp-3-triliun>, diakses pada tanggal 29 Desember 2020, pukul 20:44 WIB.

⁹ Arie Basuki, *Produk KW di Pasaran Indonesia*, <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-surga-barang-palsu.html>, diakses pada tanggal 2 Maret 2021, pukul 21:22 WIB.

Pasar Klithikan Pakuncen menyediakan barang-barang bermerek asing tiruan dengan berbagai macam pilihan merek, model barang dan harga murah yang menarik banyak peminat dari kalangan kebawah, peredaran barang tiruan dianggap dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat tanpa menghiraukan kualitas barang.¹⁰

Fenomena yang sedang terjadi di pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta terkait banyak beredarnya barang bermerek terkenal asing (luxrury good) tetapi barang yang beredar adalah barang bermerek terkenal asing tiruan seperti baju (*Zara, Hermes, Polo*), tas (*Channel, Furla, Gucci, Louis Vuitton, Zara*), sandal/ sepatu (*Nike, Adidas, Converse*), jam tangan (*Nike, G-Shock, Rolex, Alba, Rip Curl*), celana (*Wrangler, Hermes*), jaket (*Adidas, Nike*) dan berbagai aksesoris lainnya yang banyak beredar di Klithikan Pakuncen Yogyakarta. Banyaknya peminat pada produk bermerek tiruan memang terletak pada harganya yang jauh lebih murah berkisar Rp. 50.000 - Rp. 350.000 dibandingkan dengan harga aslinya yakni yang berkisar Rp. 4.000.000–Rp. 20.000.000 dari setiap penjualan ini pedagang mendapat keuntungan sekitar 50 persen dari modal yang dikeluarkan.¹¹

Pedagang yang menjual sepatu merek *Nike* di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta yang relatif murah tidak pernah memperhatikan mengenai Pasal 102 Undang- Undang Merek yang berbunyi “Barang siapa

¹⁰ Lam Sa, *Pasar Klithikan Jogja*, <https://www.inibaru.id/adventurial/berburu-barang-antik-dan-unik-di-pasar-klitikan>, diakses pada tanggal 5 November 2020, pukul 22:59 WIB.

¹¹ Dwi Mukti Wibowo, *Pasar Klithikan: Menawar Bebas dan Kualitas Kadang Berkelas*, <https://www.wartaekonomi.co.id/read193582/pasar-klithikan-menawar-bebas-dan-kualitas-kadang-berkelas>, diakses pada tanggal 8 Desember 2020, pukul 21:26 WIB.

memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)". Pedagang hanya memikirkan hasil yang dijual serta dapat memberikan nafkah bagi keluarganya, tanpa memikirkan barang yang Pedagang tiru serta yang diperjual belikan.¹²

Pemegang merek terkenal masih minim dalam perlindungan hukumnya baik dari aspek yuridis dan sosiologis. Aspek sosiologis adalah budaya hukum masyarakat yang menggunakan merek-merek tiruan yang diproduksi oleh pelaku usaha selama ini telah menjadi suatu trend, namun kenyataan menunjukkan budaya tersebut sangat bertentangan dengan budaya hukum yang baik, sebab budaya hukum yang baik meliputi sikap, nilai dan prilaku masyarakat untuk taat dan patuh terhadap hukum yang berlaku. Aspek yuridis adalah Undang- Undang Merek tidak pernah mengatur atau memberikan sanksi kepada masyarakat yang menggunakan produk-produk hasil dari pemalsuan merek-merek terkenal, hal ini menyebabkan budaya hukum masyarakat menjadi tidak baik karena tidak adanya aturan yang tegas, dianggap oleh masyarakat perbuatan menggunakan merek-merek tiruan bukanlah suatu kesalahan.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut dapat dikatakan bahwa masih banyak cara untuk melakukan pelanggaran merek di Indonesia terutama di Kota

¹² Muh Fikri, *Pembelian Barang Palsu*, <https://www.liputan6.com/global/read/3577193/beli-barang-tak-resmi-di-pantai-italia-pengunjung-terancam-denda-hingga-rp-117-juta>, diakses pada tanggal 3 Juli 2021, pukul 20:01 WIB.

Yogyakarta khususnya di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta, maka dari itu perlu diadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah perlindungan hukum terutama merek *Nike* dengan harapan jika diketahui faktor-faktor penyebab pelanggaran merek akan dilakukan tindakan-tindakan preventif untuk mencegah pelanggaran sejenis di masa yang akan datang. Untuk itu penulis menuangkan tulisan ini dalam bentuk skripsi dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG MEREK DAGANG *NIKE* PADA BARANG TIRUAN SEPATU YANG BEREDAR DI INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (STUDI DI PASAR KLITHIKAN PAKUNCEN)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang *Nike* pada barang tiruan sepatu yang beredar di pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta?
2. Faktor apa penghambat pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang *Nike* pada barang tiruan sepatu yang Beredar di pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap pemegang merek dagang *Nike* pada sepatu tiruan yang Beredar di pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui faktor penghambat pelaksanaan perlindungan terhadap pemegang merek dagang pada barang *Nike* pada sepatu tiruan yang Beredar di Klithikan Pakuncen Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam peredaran barang-barang tiruan dan dapat memberikan kepastian hukum dalam pelaksanaan perlindungan merek bagi pemegang merek.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan membuat pelaku usaha dan konsumen sadar hukum dalam transaksi jual beli ilegal barang-barang tiruan dan dapat menjadi sumbangan pemikiran agar pemerintah dan pihak terkait lebih melindungi hak-hak para pemegang merek.