



PEMALSUAN MEREK SEPATU DI INDONESIA: PENGATURAN DAN SANKSI?

Khelvin Risandi, Hari Sutra Disemadi

Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Indonesia

E-mail : 1951141.khelvin@uib.edu

Info Artikel

Masuk: 1 Juni 2022

Diterima: 12 Juli 2022

Terbit: 1 Agustus 2022

Keywords:

Law, Brand,
Counterfeit

Kata kunci:

Hukum, Merek,
Pemalsuan

Corresponding Author:

Khelvin Risandi, e-mail :

1951141.khelvin@uib.edu

Abstract

The laws and regulations in Indonesia have regulated brand counterfeiting, but the cases have not decreased yet. The rise of brand counterfeiting is caused by the condition of society and ineffective laws and regulations. Previous similar studies have discussed the trademark registration procedure and its obstacles as well as the study of mark cancellation, while this research focuses on the regulation and sanctions for brand counterfeiting. The purpose of the study was to find out how the legal arrangements against the perpetrators of counterfeiting shoe brands spread in Indonesia. This study uses a normative juridical research method, with a library search technique. The results of this study indicate the level of effectiveness of laws and regulations related to brands as law enforcement tools in Indonesia, ranging from legal substance to criminal penalty.

Abstrak

Peraturan perundang-undangan di Indonesia telah mengatur mengenai pemalsuan merek, tetapi kasusnya tak kunjung mengalami penurunan. Maraknya pemalsuan merek disebabkan oleh kondisi masyarakat dan peraturan perundang-undangan yang belum efektif. Penelitian serupa terdahulu telah membahas mengenai prosedur pendaftaran merek dan kendalanya serta kajian pembatalan merek, sementara penelitian ini berfokus pada pengaturan dan sanksi atas pemalsuan

merek. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaturan hukum terhadap pelaku pemalsuan merek sepatu yang tersebar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, dengan teknik *library search*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat keefektifan peraturan perundang-undangan terkait merek sebagai alat penegak hukum di Indonesia, mulai dari substansi hukum hingga sanksi pidananya.

@Copyright 2022.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi yang diikuti dengan perkembangan pada perdagangan global, tingkat perekonomian Indonesia yang mulai membaik dan daya beli masyarakat yang sudah cukup tinggi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seiring perkembangan zaman, merek menjadi suatu hal sangat penting didalam dunia perdagangan dan untuk melindungi reputasi yang sudah dibangun oleh banyak perusahaan (Dwipayani & Fazriyah, 2021). Setiap harinya pasti ada saja permintaan-permintaan untuk barang sehari-hari yang kita pakai serta diiringi dengan semakin majunya zaman sekarang ini, maka dari itu barang yang diperdagangkan perlu lebih bervariasi dan menarik agar dapat mengikuti perkembangan dan menghindari kejenuhan masyarakat terhadap produk tersebut. Ada banyak manfaat untuk pengembangan sektor perusahaan yang dampaknya ialah munculnya merek yang akan menjadi identitas suatu produk yang membedakannya dengan produk lain (Hanuka & Supanto, 2020).

Era perdagangan bebas membuat laju pertumbuhan industri sepatu di Indonesia dinilai cukup pesat, terlebih terhadap merek impor dan ternama seperti Converse, Adidas, Nike, Vans, dan lain-lain. Merek yang terkenal tersebut membuat produsen dan retailer sepatu lokal memacu produksinya agar tidak kalah saing, bahkan di sejumlah kasus produsen dan retailer tersebut memalsukan merek sepatu demi meraup keuntungan lebih banyak. Dilansir dari arsip Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), distribusi barang palsu di Indonesia dinilai sangat memprihatinkan. MIAP menyebutkan terdapat sekitar 12 sektor industri, di antaranya termasuk industri sepatu mengundangi kerugian dengan total 4,4 triliun dan cenderung meningkat setiap tahunnya (Mardanugraha et al., 2014). Peredaran barang palsu makin marak dan mudah ditemukan di toko-toko sepatu kecil yang tidak jarang pula ada di pasar online seperti grup facebook dan shope. Dilansir dari Bisnis.com, Nailul Huda, peneliti ekonomi digital Institute for Development of Economics and Finance (Indef) menyatakan keberadaan barang palsu di pasar online disebabkan oleh minat konsumen yang tinggi terhadap barang palsu karena harga yang jauh lebih terjangkau (Sugandi, 2022). Oleh karena itu, ini membuktikan bahwasanya sebuah merek dapat menjadi sangat berharga secara komersial dan dengan penggunaan merek, produk dapat menjadi berharga atau mahal. Meningkatnya kasus pemalsuan merk di Indonesia yang makin luas tak terlepas dari kondisi masyarakat itu sendiri dan bisa dibilang masih belum efektif dari segi peraturan perundang-undangannya dan penegakan hukum di bidang merek (Disemadi & Mustamin, 2020). Di Indonesia sendiri masih sangat sering terjadi menggunakan karya orang lain tanpa izin, sebagai contoh kasusnya yang baru saja terjadi pada tahun ini ialah Satreskrim Polres Blitar Kota menyelidiki kasus dugaan pemalsuan merek sepatu yang dibagikan ke peserta didik di Kota Blitar, bahwa

pada Januari 2022 ada laporan dugaan pemalsuan sepatu merek gradial yang diberikan kepada peserta didik di SMP Negeri kota Blitar atas nama Hartono Susanto. Hartono Susanto adalah pemegang perusahaan merek sepatu Gradial di Surabaya dan perusahaannya berlokasi di Pasuruan (Hadi, 2022). Produk-produk tersebut pastinya diproduksi oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk mengambil nilai ekonominya. Pada pasal 9 ayat 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta menjelaskan “setiap orang yang tanpa izin dilarang melakukan penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial”, berdasarkan pasal tersebut dapat dikatakan setiap orang yang ingin menggunakan suatu karya dari orang lain haruslah mendapatkan izin terlebih dahulu dari penciptanya (Disemadi & Romadona, 2021).

Saat kita memakai produk dengan merek terkenal pastilah memiliki kebanggaan dan kenikmatan sendiri dan kita merasa percaya diri meskipun tidak tahu barang yang kita kenakan adalah asli atau palsu. Bahwasanya merek juga dapat diartikan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan dari negara kepada pemilik merek yang sudah didaftarkan baik merek itu digunakan sendiri maupun diberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, dan merek ini juga berfungsi sebagai pembeda dengan barang yang satu dengan yang lainnya yang sejenis. Kita tidak dapat mendaftarkan merek dagang jika bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku, tidak adanya pembeda dengan barang yang diperjualbelikan lainnya dan sudah menjadi milik umum (Dhani et al., 2021). Merek menjadi aset yang bernilai komersial, dan merek juga yang telah membuat produk lebih mahal seringkali bahkan lebih berharga daripada perusahaan. Merek yang sudah terkenal dan laris di pasaran tentunya mau tidak mau, suka tidak suka membuat para pengusaha lainnya dipaksa untuk bersaing dengan merek merek yang sudah terkenal. Bahkan dalam hal ini persaingan tidak sehat pada akhirnya akan terjadi, dan salah satunya dari merek merek yang terkenal itu akan dipalsukan untuk meraih untung yang sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang sedikit. Indonesia sudah memiliki dasar hukum untuk mengatur merek yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, perlindungan hukum suatu merek adalah hal yang sangat penting dilakukan karena merek ini sendiri ini memiliki nilai ekonomis atas suatu barang atau jasa yang menunjukkan mutu suatu produk atau jasa tertentu dalam suatu transaksi komersial dan membedakannya berdasarkan nilai atau mutunya dengan barang atau jasa lain yang sejenis. Lahirnya hukum merek diawali dengan pengetahuan di bidang perlindungan hukum komersial, seperti hak cipta, dikarenakan merek dagang memerlukan elemen desain seperti logo dan desain huruf yang digunakan sebagai fitur pembeda dengan barang yang lainnya (Hanuka & Supanto, 2020). Sebagai negara yang terbilang cukup produktif dalam bidang hak cipta seni dan budaya, negara tentu memiliki kewajiban untuk melindungi warganya dari isu utama perkembangan hak cipta yaitu pelanggaran hak cipta. Pembajakan atau pemalsuan sudah menjadi suatu penyakit yang berat untuk masyarakat saat ini dan bahkan masyarakat Indonesia mulai merasa biasa dan nyaman akan dunia pembajakan atau pemalsuan, baik sebagai orang yang memalsukan produk maupun pembeli produk palsu tersebut (Rahayu et al., 2014). Di Indonesia sendiri perjanjian HKI udah diatur oleh undang-Undang dalam negeri, yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Hak Paten, Undang-undang Nomor 30 Tahun 2001 tentang Rahasia Dagang, Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Hak Desain Industri, Undang-undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis (Budi, 2020).

Perkembangan perdagangan yang terus meningkat ini telah menyebabkan meluasnya penyebaran merek palsu. Pada awalnya pengaturan tentang merek telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan telah diatur kembali atau diamandemenkan menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis karena di UU No 15 Tahun 2001 Tentang Merek ini memiliki kekurangan, tidak dapat memperhitungkan perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi geografis, serta tidak cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi daerah dan nasional. Dalam menghadapi pembangunan ekonomi nasional dan daerah diperlukannya persaingan usaha yang sehat dan merata, dan perlindungan konsumen dan usaha mikro, kecil dan menengah serta untuk lebih meningkatkan pelayanan dan menciptakan kepastian hukum industri, perdagangan dan investasi. Teknologi informasi dan komunikasi juga perlu didukung oleh peraturan perundang-undangan yang lebih tepat di bidang merek dan indikasi geografis. Mengingat penciptaan suatu merek erat kaitannya sama faktor ekonomi, yang dimana para pemalsuan merek tersebut akan dikenakan sanksi pidana.

Penelitian terdahulu yang mengkaji dengan tema serupa dilakukan oleh Yuri Utomo, Burham Pranawa, dan Tegar Harbriyana Putra dengan judul “Pendaftaran Merek Sepatu Vans Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016” pada tahun 2021 mengenai prosedur pendaftaran merek serta kendalanya, hingga perlindungan hukum sebagai timbal balik pendaftaran merek tersebut (Utomo et al., 2021). Penelitian terdahulu serupa juga ditulis oleh Rizki Dermawan dengan judul “Tinjauan Yuridis Undang-Undang Merek Terhadap Penggunaan Merek Sepatu Olahraga Terkenal (Studi kasus Putusan No.13/Merek/2010/Pn.Niaga.Jkt.Pst)” pada tahun 2015 yang mengkaji pembatalan merek pada putusan yang diajukan oleh Adidas terhadap tergugat yang mendaftarkan merek Adida III yang memiliki kemiripan pokok (Dermawan, 2015). Dibandingkan dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaturan dan sanksi secara legal terhadap pemalsuan merek sepatu yang terjadi di Indonesia. Penelitian ini akan menganalisis secara mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek sepatu. Berdasarkan pada permasalahan yang terjadi dan pendahuluan di atas, maka rumusan masalah inti pada penelitian ini dapat diuraikan, yaitu: 1) Bagaimana pengaturan hukum terhadap pemalsuan merek sepatu di Indonesia? dan 2) Bagaimana sanksi bagi para pelaku yang memproduksi sepatu dengan merek palsu?

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum adalah suatu proses analitis yang melibatkan metode, sistem, dan pemikiran tertentu yang ditujukan untuk menyelidiki fenomena hukum tertentu dan mencari solusi atas permasalahan yang muncul. Secara hukum, jenis studi ini dibagi menjadi dua jenis yaitu empiris dan normatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan teknik *library search* yang dimana adalah mencari bahan-bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan dan kajian terdahulu berupa jurnal ataupun artikel yang berkaitan dengan judul serta tema yang penulis kaji untuk dijadikan sebagai referensi dalam pembuatan artikel ini (Tan, 2021). Kajian ini mengkaji pendekatan konseptual dan asas-asas hukum yang sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia, khususnya regulasi dan pengaturan beserta sanksi dan akibat hukum atas pelanggaran pemalsuan merek sepatu di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Sepatu di Indonesia

Merek menjadi aset yang bernilai komersial, dan merek juga yang telah membuat produk lebih mahal seringkali bahkan lebih berharga daripada perusahaan. Merek yang udah terkenal dan laris di pasaran tentunya mau tidak mau, suka tidak suka membuat para pengusaha lainnya dipaksa untuk bersaing dengan merek-merek yang sudah terkenal. Dalam hal ini persaingan tidak sehat pada akhirnya akan terjadi, dan salah satunya dari merek merek yang terkenal itu akan dipalsukan untuk maraih untung yang sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang sedikit. Karena dari hal itu dibutuhkannya suatu perlindungan hukum yang lebih mendalam dalam hal pemalsuan merek oleh pelaku tindak pemalsuan merek sepatu. Teori hukum yang menjadi landasan analisa dalam pengaturan hukum terhadap pemalsuan merek sepatu di Indonesia ini adalah teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon. Teori hukum yang menjadi landasan analisa dalam pengaturan hukum terhadap pemalsuan merek sepatu di Indonesia ini adalah teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon. Perlindungan hukum terbagi atas 2 jenis, yaitu hukum represif dan hukum preventif. Hukum represif berperan sebagai menanggulangi persoalan dan pelanggaran hukum yang sifatnya koersif dan menekan, sementara hukum preventif ini berperan sebagai pencegahan atau antisipasi apabila terjadinya penyalahgunaan merek oleh pihak lain (Indrawati & Amnesti, 2019). Perlindungan hukum preventif ini diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif (Krisnamurti, 2021).

Sebagaimana pada peraturan dari merek ini sendiri terdapat pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 ayat (1) menyebutkan “merek ialah 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”. Merek ini sendiri memang bukan suatu yang spesifik secara fisik dan hanya melekat pada suatu produk yang dijual di pasaran. Tetapi dalam hal sosial merk sangatlah penting dikarenakan ketika seseorang memakai sebuah brand, maka di sanalah merek dinilai. Jika sebuah brand atau produk yang kita beli memiliki kualitas dari merek tertentu yang diinginkan pastilah kita sebagai konsumen akan merasa puas dengan hal itu (Nopiana & Disemadi, 2021)

Hak merek pada dasarnya adalah hak eksklusif. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta membagi hak eksklusif menjadi 2 hak, yaitu hak moral dan hak ekonomi. Kedua hak tersebut memberikan keistimewaan kepada pemegangnya, di antaranya hak eksklusif tersebut secara moral bersifat abadi dan hanya bisa diturunkan kepada orang yang ditunjuk setelah pemilik meninggal dunia. Hak eksklusif juga berwenang atas hak ekonomi yang memberi izin pemilik untuk melakukan kegiatan penerbitan, pengandaan, pendistribusian, dan lain-lain. Oleh karena itu, hak merek bukanlah hak milik yang dapat dialihkan kepada orang lain dengan mudah. Bahwasanya bukti dari kepemilikan suatu merek ditunjukkan dengan menggunakan sertifikat merek. Untuk memperoleh merek, maka seseorang yang telah membuat merek harus mendaftarkan merek tersebut pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual di Indonesia. Pendaftaran atau pencatatan merek ke Direktorat Jendral pajak ini dimaksudkan untuk menciptakan suatu kepastian hukum. Alat bukti berupa kertas atau hitam diatas putih sangatlah penting bagi Negara yang cenderung menganut sistem *civil law*. Dengan

demikian ini, potensi sengketa kepemilikan merek antar pihak masih sangat tinggi. Jadi penting bagi pembuat merek mendapatkan persetujuan merek oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual yang diberikan kepada orang yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut (Nopiana & Disemadi, 2021). Indonesia menerapkan sistem yang dikenal sebagai *first-to-file* untuk pendaftaran mereknya atau yang disebut dengan sistem kostitutif, sistem kostitutif ini memberikan suatu perlindungan hukum kepada pihak pendaftar pertama atau menetapkannya berdasarkan pendaftaran pertama (Kurniawan, 2013).

Suatu karya yang dibuat baik itu lewat daya cipta, rasa, dan prakarsa itu semua memerlukan perlindungan hukum, baik itu dari bidang teknologi, seni, sastra maupun kesehatan, dikarenakan semua hasil dari sebuah ciptaan itu memerlukan tenaga, waktu, pikiran dan uang yang bisa dibilang tidak sedikit, salah satunya dalam pembuatan suatu merek. Dengan telah dilakukannya hal tersebut maka merek yang dibuat mempunyai nilai yang berharga bagi sang penciptanya dan perlu untuk diakui (Tampi, 2020). Suatu merek dapat ditetapkan sebagai merek jika memenuhi syarat daya pembeda yang cukup (*discrimination power*), maksud nya ialah merek yang digunakan itu memiliki kemampuan untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya yang dihasilkan oleh satu perusahaan. Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, jika merek tersebut mengandung unsur-unsur di bawah ini, maka merek tidak dapat didaftarkan, yaitu 1) bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; 2) sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya; 3) memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; 4) memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi; 5) tidak memiliki daya pembeda; dan/atau 6) merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Sementara penolakan permohonan merek terdapat pada Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada ayat (1), (2), dan (3) (Pujinami, 2016).

Di Indonesia sendiri pendaftaran merek ini haruslah sesuai peraturan yang ada yang sudah diatur pada bab III Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis lebih spesifik pada Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis berbunyi “Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia” (Disemadi & Mustamin, 2020). Dengan melalui beberapa syarat yang harus dipenuhi: a) tanggal, bulan dan tahun permohonan, b) nama lengkap, kewarganegaraan dan alamat pemohon, c) nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa d) warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna, e) nama Negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas, dan f) kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Adapun pengaturan kembali perihal ketentuan lebih lanjutnya mengenai syarat dan tata cara permohonan yang disebutkan dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bersangkutan pada Peraturan Menteri, ialah Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek berisikan beberapa ruang lingkup dari Peraturan Menteri ini, yaitu : a) syarat dan

tata cara permohonan, b) kelas barang atau jasa, c) penolakan permohonan, d) perbaikan sertifikat merek terdaftar, e) syarat dan tata cara permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar, f) syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat, g) syarat dan tata cara permohonan pencatatan pengalihan hak atas merek, h) permohonan pendaftaran merek kolektif, dan i) petikan resmi sertifikat (Disemadi & Mustamin, 2020).

Merek terdapat masa berlakunya yaitu masa berlakunya adalah 10 (sepuluh) tahun terhitung pada tanggal penerimaan dan bisa diperpanjang lagi sesuai jangka waktu yang sama yaitu 10 (sepuluh) tahun, proses perpanjangan merek bisa dilakukan secara langsung atau non elektronik oleh pemilik merek itu sendiri atau kuasanya, masa berlaku dari perpanjangan merek ini adalah 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek tersebut terdaftar, dan pengajuan perpanjangan merek dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhir jangka waktu perlindungan merek akan dikenakan denda sebesar biaya perpanjangan, yang dimana ini sudah diatur di dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Adapun beberapa syarat dalam proses perpanjangan merek yang berdasarkan Pasal 36 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ialah Merek harus digunakan sebagaimana ditentukan dalam sertifikat merek. Artinya, penggunaan merek barang/jasa harus sesuai dengan sertifikat merek tersebut dan barang/jasa tersebut masih jalan produksinya atau diperdagangkan (Utomo et al., 2021).

Adapun pengaturan hukum di Indonesia secara keseluruhan tentang merek, ialah (Disemadi & Mustamin, 2020) : 1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek ditetapkan Tanggal 31 Maret 1993; 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1995 tentang Komisi Banding Merek ditetapkan Tanggal 29 Agustus 1995; 3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2005 tentang Susunan Organisasi, Tugas, dan fungsi Komisi Banding Merek ditetapkan Tanggal 23 Februari 2005; 4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; 5) Peraturan Menteri hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek; 6) Keputusan Direktur Jendral Kekayaan Intelektual Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017 tentang Penetapan Formulir Permohonan Merek; 7) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018 tentang pendaftaran Merek Internasional Berdasarkan Protokol Terkait Dengan Persetujuan Madrid Mengenai Pendaftaran Merek Secara Internasional; 8) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif Atas Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kementerian Hukum dan HAM.

Sanksi Memproduksi Sepatu dengan Merek Palsu

Perkembangan perdagangan yang terus meningkat ini telah menyebabkan meluasnya penyebaran merek palsu. Dalam menghadapi pembangunan ekonomi nasional dan daerah diperlukannya persaingan usaha yang sehat dan merata, dan perlindungan konsumen dan usaha mikro, kecil dan menengah serta untuk lebih meningkatkan pelayanan dan menciptakan kepastian hukum industri, perdagangan dan investasi. Teknologi informasi dan komunikasi juga perlu didukung oleh peraturan perundang-undangan yang lebih tepat di bidang merek dan indikasi geografis. Mengingat penciptaan suatu merek erat kaitannya sama faktor ekonomi, yang dimana para pemalsuan merek tersebut akan dikenakan sanksi pidana. Teori hukum yang menjadi landasan analisa dalam sanksi hukum bagi para pelaku yang memperjual sepatu dengan merek palsu ini

adalah teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon yaitu perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum represif ini berperan sebagai perlindungan hukum jika sudah terjadinya pelanggaran, yang dimana diberikannya sanksi untuk para pelaku tindak pemalsuan merek sepatu tersebut (Indrawati & Amnesti, 2019).

Kebutuhan untuk melindungi merek yang telah terdaftar dari pemalsuan merek sangat penting dikarenakan itu bisa mengganggu usaha produk *original*/asli (J. D. Putra, 2015). Citra merek adalah seperangkat asosiasi (pengakuan) yang ada di benak konsumen tentang suatu merek dan biasanya disusun menjadi makna. Isu dari pelanggaran merek sendiri muncul ketika ada kesenjangan antar aturan peraturan (substansi) dan fakta (praktek) yang terjadi di masyarakat itu sendiri, dimana masih banyak pedagang yang menjual barang palsu (Tarigan, 2016). Pemalsuan merek ini sendiri juga sudah diatur dalam buku kedua tentang kejahatan pemalsuan merek pada Pasal 256 ayat 1-3 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), yang dimana akan dikenakan hukuman pidana penjara paling lama tiga tahun penjara (Masrurroh, 2014).

Adapun kasus berdasarkan Putusan 1175/Pid.Sus/2014/PN.Tng yang memutus perkara produksi sepatu palsu oleh tergugat bernama Nurhadi. Kasus ini dikategorikan sebagai hukum pidana khusus kejahatan merek dengan kronologi diawali Nurhadi yang mendirikan perusahaan sepatu berlokasi di Kampung Cogreg, Desa Peusar RT. 004/001, Kelurahan Peusar, Kecamatan Panongan, Tangerang. Perusahaan tanpa nama tersebut dengan sengaja dan tanpa hak memproduksi dan membuat sandal dengan merek yang telah terdaftar oleh pemilik lain, yaitu sandal gunung dengan merek Eiger sejak Juli 2013. Nurhadi membanderol harga Rp 25.000,00 untuk sandal dan Rp 35.000,00 untuk sandal gunung sementara harga asli dari sandal dengan merek Eiger adalah lebih dari Rp 200.000,00. Dari penyelidikan tersebut ditemukan sejumlah bahan baku pembuatan sandal di antaranya karet aut sol, Eva/Pailon, wihing/tali, lem Aibon, hand tag, barkot, kantong jaring sedangkan alat yang digunakan adalah mould, alat pres sol dan Eva, mesin jahit, mesin grenda, cetakan Eva. Bahan baku tersebut ditetapkan sebagai barang bukti. Putusan ini menetapkan Nurhadi bersalah atas tindak pidana pemalsuan merek dan dijatuhi hukuman pidana 1 (satu) tahun dan 4 (empat) bulan dan denda Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) atas pertimbangan Pasal 91 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam pembelian sepatu bermerek asli atau palsu dapat dilakukan di toko retail di tempat pusat perbelanjaan, atau mememesannya secara *online* di *onlineshop*, produk palsu atau yang lebih dikenal dengan produk KW di Indonesia seringkali menjadi masalah yang tidak bisa diselesaikan secara tuntas, Jika dibiarkan dalam waktu lama, bisnis dari pemalsuan merek sepatu ini bahkan dapat mengancam keuntungan perusahaan industri nyata atau industri barang *original*/asli. Dari segi harga produk produk merek palsu ini tentu saja jauh lebih murah dibandingkan produk aslinya yang sudah memiliki merek yang terkenal. Dampak dari harga yang jauh lebih rendah juga menjadi salah satunya alasan mengapa produk palsu masih diminati dan dapat dikatakan kita sebagai konsumen diuntungkan dengan membeli sepatu dengan merek palsu karena dengan harga yang terjangkau lebih murah kita sudah terlihat keren dengan merek merek yang terkenal, tetapi itu juga mengancam keberlanjutan industri produk asli/*original* (Pangestuti & Sukresna, 2018).

Pelanggaran merek seperti peniruan atau pemalsuan merek, sebenarnya merupakan persaingan yang tidak sehat dilakukan oleh para pelaku usaha dalam memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan cara-cara yang bertentangan

dengan nilai integritas dalam kegiatan usahanya. Semua tindakan dari pemalsuan merek sepatu ini pastilah sangat merugikan pihak pemilik merek, karena pada faktanya persaingan tidak sehat ini (pemalsuan atau peniruan merek sepatu) menghasilkan penjualan yang jauh lebih rendah akibatnya memberikan keuntungan yang sangat sedikit pada merek merek yang *original*/aslinya. Dampak dari produk palsu ini pun dapat memberikan kesan yang buruk terhadap merek tersebut, karena menganggap bahwa kualitas dari merek sepatu yang sebelumnya dianggap berkualitas baik justru kehilangan kualitasnya (Nafri, 2018).

Pemberian kepastian hukum pada dasarnya ialah tujuan dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Diharapkannya dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menciptakan kepastian hukum jika terjadi pelanggaran merek sepatu oleh produsen yang curang (Ferdian, 2014). Ditahap ini produsen pemalsuan merek bisa dikenakan sanksi pidana yang dimana sudah diatur di dalam pasal 100 sampai 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, di dalam pasal 100 menyebutkan: “(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)” (Kementrian Sekretaria Negara Republik Indonesia, 2016)”.

Pasal 101, menyebutkan “(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)” (Kementrian Sekretaria Negara Republik Indonesia, 2016). Terakhir ialah Pasal 102, menyebutkan “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)” (Kementrian Sekretaria Negara Republik Indonesia, 2016).

Pengaturan dari sanksi yang telah disebutkan pada dasarnya bukanlah semata-mata ditujukan pada seseorang atau perusahaan yang dengan tanpa hak memakai merek seseorang tanpa izin, tetapi juga ketentuan sanksi tersebut juga ditujukan untuk menjerat pedagang (Aditomo, 2020). Sebagaimana diatur dalam Pasal 100 sampai dengan

Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ini, tindak pidana pemalsuan merek merupakan suatu delik aduan, bukan merupakan delik biasa, yang dimana pernyataan ini sudah di nyatakan didalam Pasal 103 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Oleh karnanya perkara pidana pemalsuan merek harus dilaporkan langsung oleh korban, pemilik merek atau kuasanya (E. D. Putra, 2018). Terjadinya pemalsuan dari merek tersebut salah satunya dikarenakan lemahnya dari segi pengaturan sanksi yang berlaku yang membuat kasus dari pemalsuan merek ini tak kunjung menurun. Dalam penyelesaian sengketanya bisa diselesaikan melalui penyelesaian di luar pengadilan atau dengan cara arbitrase, ini sudah dijelaskan di dalam Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa para pihak yang bersengketa bisa meyelesaikan sengketanya dengan cara arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa, selain itu, jika proses arbitrase atau penyelesaian sengketa tidak berjalan seperti yang diharapkan, para pihak yang bersengketa dapat menyelesaikan sengketanya tersebut di pengadilan (Dermawan, 2015).

Kesimpulan

Bersumber pada pemaparan yang sudah diuraikan, terkait penyebab dari adanya pemalsuan merek sepatu ini adalah perkembangan perdagangan global yang tidak terhindarkan kegiatan pemalsuan merek di dalamnya. Meningkatnya kasus pemalsuan merek di Indonesia tak terlepas dari kondisi masyarakat dan ketidakefektifan penegakan hukum dan peraturan perundang-undangan. Merek yang telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Ham (Kemenkumham) patut dilindungi dari para pelaku pemalsu merek. Untuk mengatasi kasus pemalsuan merek, pemerintah Indonesia meregulasikan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang tersebut memuat pengaturan mulai dari syarat dan tata cara pendaftaran merek, penolakan permohonan merek, sanksi pidana bagi para pelaku. Sanksi pidana yang diberikan berupa pidana penjara dan/atau denda, serta mampu dilakukan dengan arbitrase. Selain itu, undang-undang ini juga memberikan hak eksklusif bagi merek dan penciptanya. Adapun sejumlah peraturan perundang-undangan terkait di antaranya Pasal 256 ayat 1-3 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Keputusan Direktur Jendral HKI Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2018, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditomo, A. S. (2020). Penegakan Hukum Terhadap Perdagangan Barang-Barang Bermerek Palsu Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Lex Et Societatis*, 7(10), 63–71.
- Budi, I. B. K. T. (2020). Implementasi Ketentuan Pidana Sebagaimana Di Atur Dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terkait Pelanggaran Merek Di Pasar Anyar Singaraja. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Dermawan, R. (2015). Tinjauan Yuridis Undang-Undang Merek Terhadap Pengguna Merek Sepatu Olahraga Terkenal (Studi Kasus Putusan No.13/Merek/2010/PN.Niaga.JKT.PST). *IJ*, 1–8.
- Dhani, A. S., Pang, T., Napitulu, O. M., & Disemadi, H. S. (2021). Analisis Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pelanggaran Hak Merek Di Indonesia. *Combines-*

- Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, pp.271-276).
- Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek Dalam Tatahan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(1), 83–94.
- Disemadi, H. S., & Romadona, H. G. (2021). Kajian Hukum Hak Pencipta Terhadap Desain Grafis Gratis Yang Dipergunakan Kedalam Produk Penjualan Di Indonesia. *Jurnal Meta-Yuridis*, 4(2), 45–66.
- Dwipayani, D. M., & Fazriyah, N. (2021). Perkara Penolakan Pembatalan Merek Terdaftar Dalam Gugatan Perdata Analisis Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 02/Merek/2002/Pn.Niaga.Jkt.Pst. *Ganesha Law Review*, 3(2), 97–110.
- Ferdian, M. (2014). Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 9(2), 74–96.
- Hadi, S. (2022). Polisi Selidiki Kasus Dugaan Pemalsuan Merek Sepatu yang Dibagikan ke Siswa SMP Negeri Kota Blitar. Mataraman.Tribunnews.Com. <https://mataraman.tribunnews.com/2022/03/04/polisi-selidiki-kasus-dugaan-pemalsuan-merek-sepatu-yang-dibagikan-ke-siswa-smp-negeri-kota-blitar>
- Hanuka, K., & Supanto. (2020). Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pemalsuan Merek Helm Sebagai Tindak Pidana Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Hukum Pidana dan Penanggulangan Kejahatan*, 9(3), 195–202.
- Indrawati, S., & Amnesti, S. K. W. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 1(1), 29–35.
- Kementerian Sekretria Negara Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*. 1, 1–74. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>
- Krisnamurti, H. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 20(4), 58–68.
- Kurniawan, I. G. A. (2013). Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Geografis pada Merek Terdaftar oleh Pihak lain yang Tidak Berhak (Studi Komparatif Beberapa Negara). *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 2(2), 1–18.
- Mardanugraha, E., Wardhani, S., Ismayadi, B., Bergkamp, D., & Yappy, B. (2014). *Dampak Ekonomi Pemalsuan Di Indonesia*. Wwww.Miap.or.Id. https://miap.or.id/wp-content/uploads/2014_Laporan-Akhir-Bahasa-Indonesia_2.pdf
- Masrurroh, E. (2014). Pemalsuan Merek Oleh Pengrajin Sepatu Di Kelurahan Blimbingsari Sooko Mojokerto Dalam Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif (Doctoral dissertation,UIN Sunan Ampel)., 20–48.
- Nafri, M. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 52–67.
- Nopiana, N., & Disemadi, H. S. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek: Suatu Kajian Komparatif Antara Jepang Dan Indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2), 389–400.
- Pangestuti, A. W., & Sukresna, I. M. (2018). Analisis Pengaruh Kesadaran Nilai, Pemenuhan Status Sosial, dan Materialisme terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Tituan Merek Terkenal (Studi pada Konsumen Sepatu Tiruan Merek Terkenal di Semarang). In *Diponegoro Journal of Management* (Vol. 7, Issue 4). Universitas Diponegoro.
- Pujinami. (2016). Perlindungan Hukum Atas Merek Menurut Undang–Undang Ri No 15

- Tahun 2001 Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual. *LEX ET SOCIETATIS*, 4(1), 30–37.
- Putra, E. D. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Dagang Terhadap Plagiarisme Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *LEX PRIVATUM*, 6(10), 195–202.
- Putra, J. D. (2015). Perlindungan Hukum Merek Sepatu Adidas Terhadap Pemalsuan Merek Oleh Pelaku Usaha Lokal Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Vol. 5, Issue 9). Universitas Jember.
- Rahayu, S. S., Syarifah, N., & Somantri, M. D. (2014). Jual Beli Produk Imitasi Fashion Perspektif Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 Dan Hukum Islam. *Mutawasit: Jurnal Hukum Islam*, 2(2), 201–218.
- Sugandi, A. T. (2022). Tekan Peredaran Barang Palsu di E-Commerce, Begini Strateginya. *Teknologi.Bisnis.Com*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20220224/266/1504143/tekan-peredaran-barang-palsu-di-e-commerce-begini-strateginya>
- Tampi, J. M. (2020). Perlindungan Haki Pada Perjanjian Lisensi Bagi Dunia Bisnis Di Indonesia. *Lex Privatum*, 8(4), 36–46.
- Tan, D. (2021). Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8), 2463–2478.
- Tarigan, R. M. S. (2016). Tinjauan Yuridis Fenomena Merek Sepatu Tidak Original Di Daerah Istimewa Yogyakarta. In *Revista Brasileira de Ergonomia* (Vol. 3, Issue 2). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Utomo, Y., Pranawa, B., & Putra, T. H. (2021). Pendaftaran Merek Sepatu Vans Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. *Jurnal Bedah Hukum*, 5(2), 94–105.