

(Widiarty, Wiwik Sri)
Perlindungan Konsumen
terhadap merek Dagang
by Layanan Turnitin

Submission date: 21-Feb-2024 04:47PM (UTC+0700)

Submission ID: 2300470786

File name: JURNAL_PK_THDP_MEREK.docx (38.02K)

Word count: 4462

Character count: 28217

**PERLINDUNGAN KONSUMEN
TERHADAP MEREK DAGANG**

**OLEH :
WIWIK SRI WIDIARTY**

ABSTRACT

Legal protection for consumers associate with Law Number 15 Year 2001 About the brand, aims to protect the rights of consumers as users of goods and services, especially for users of the product trademarks that are circulating in the community. This study was to assess, analyze legal protection for consumers that the quality trademark users and the quality is questionable. The number of violations of Intellectual Property Rights in the product brand that turned out cheaper and quality as well as lower kuliatasnya, so it can harm consumers as users of goods with quality under lower standards than the value of the price paid.

This study uses normative juridical approach, which focuses on secondary data, then using the method of literature study, and supported by primary data from field research. The specifications of the study is a descriptive analytic, and the data collected was analyzed qualitatively.

Based on the results, the conclusion, that the legal protection for the consumer brand product users is important, because the number of cases - cases of trademark infringement were found in the community. Law enforcement must actually be implemented, and sanctions for consumers whose rights are harmed by the manufacturer as the owner of trademarks granted by the Director General of Intellectual Property. Differentiation on the sign, the brand colors of the products with other similar products can be seen and felt by consumers who are used to and bonded using a particular brand.

PENDAHULUAN

Negara hukum Indonesia bersandar pada keyakinan kekuasaan negara harus dijalankan atas dasar hukum yang adil dan baik. Negara yang berdasarkan hukum merupakan tujuan Ideal dari semua Negara. Indonesia sebagai Negara yang berasaskan hukum, dalam hal ini di sebutkan dalam pasal 1 ayat (3) Undang-undang Dasar 1945 yang menyatakan, “ Negara Indonesia adalah Negara Hukum”. Sebagai Negara hukum, supremasi hukum atau *Rule of Law* harus ditegakan secara konsekuen supaya hukum berfungsi mengendalikan, mengawasi, dan membatasi kekuasaan. (John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara hukum dan Perlindungan Konsumen*, cetakan pertama, Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007; 29). Hukum harus menjadi instrument pengatur dan pengendali kekuasaan Negara.

Dalam proses penegakan hukum yang perlu diketahui, bahwa aturan hukum bersifat memaksa, dari segi kehadiran hukum itu sebagai instrument untuk menertibkan dan membangun masyarakat, dan dalam kehidupan masyarakat hukum dipandang sebagai alat untuk mencari solusi terhadap suatu permasalahan yang dihadapi. Kehadiran hukum diharapkan berlaku adil di muka hukum, tanpa ada diskriminasi dihadapan hukum. Bagi masyarakat yang kepentingannya dirugikan, maka sesuai pasal 1365 KUHPerdara, yang menyatakan, kewajiban seseorang untuk mengganti kerugian kepada pihak yang merasa dirugikan kepentingan perdatanya. (Subekti, Tjitrosudibyo, *Kitab Undang Undang Hukum Perdata, Edisi Revisi*, Jakarta: Pradnya Paramita, 1996 ; 346).

Kepatuhan terhadap perlindungan konsumen yang kaitannya dengan Merek , bahwa setiap warga Negara Indonesia berhak mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum merupakan kewajiban bagi Negara itu sendiri, bahwa Perlindungan hukum yang dimaksudkan adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum ke dalam bentuk perangkat baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat Represif, baik yang lisan maupun yang tertulis.

Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam hal ini kaitannya dengan Merek , masyarakat sebagai pengguna produk barang dan /atau jasa. Masyarakat yang merasa haknya dirugikan wajib dilindungi. Dalam **Pasal 1 angka 1 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen** yang menyatakan, “Perlindungan Konsumen adalah Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi rasa aman kepada konsumen”. **Perlindungan terhadap konsumen** yang diberikan harus sesuai dengan informasi atau petunjuk yang diperolehnya.

Perlindungan Konsumen yang terkait dengan HAKI (hak atas kekayaan intelektual) yang mencakup, merek produk. Hak Kekayaan Intelektual adalah Hak-hak yang diberikan kepada pelaku usaha (Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, edisi revisi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006; 159). Hal ini apabila hak-hak konsumen dilanggar, dan jika terbukti melanggar HAKI, maka penjatuhan sanksi bagi pelaku usaha/ produsen, berlaku sanksi pidana dan perdata. Bagi konsumen sebenarnya hanya berkepentingan agar kepentingannya khususnya pada merek dagang merupakan salah satu hak yang sangat terkait dengan perlindungan konsumen.

Kebutuhan untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan perbuatan hukum kewajiban untuk melindungi pemalsuan merek. Bagi konsumen yang sudah biasa menggunakan merek – merek tertentu yang dikenalnya, sehingga manakala terjadi pemalsuan, maka konsumen mengalami kerugian karena mengkonsumsi produk tertentu yang kualitas dan barang yang berbeda.

Dalam **pasal 1, angka 1 Undang- undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek** menyebutkan : “Merek adalah, Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna Atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang mempunyai daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”.

Dalam hal ini barang merek dagang yang tentunya diperdagangkan oleh pelaku usaha. Selanjutnya Pada **pasal 1, angka 2 Undang-undang nomor 15 tahun 1999 Tentang Merek** menyebutkan: “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 – barang sejenis lainnya”.

Tanda – tanda dan warna-warna pada merek dagang dilindungi dalam Undang – undang Merek. Merek termasuk dalam Hak kekayaan Intelektual (tidak berwujud), yaitu Sebuah karya atau kreasi yang didasarkan pada olah pikir manusia. (Benny Muliawan, *8 Jalur mendapatkan Merek Terdaftar, cetakan pertama*, Jakarta: PT Neo Mediatama, 2012; 8). Merek merupakan sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk, dan melalui produk ini konsumen dapat mengetahui kualitas barang dan/atau jasa dengan tanda, dan warna-warna yang melekat pada produk merek tersebut.

Pada pasal 90 Undang – undang nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, disebutkan mengenai sanksinya bagi yang memalsukan atau melanggarnya, dan Undang – Undang ini menyebutkan : “Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Meek 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 denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (stu miliar rupiah)”.

Kemudian pada pasal 95 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menyebutkan , “Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam pasal 90,91,92,93, dan pasal 94 merupakan delik aduan”. Sedangkan dalam Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga disebutkan : “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal 8, pasal 9, pasal 10, Pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e ayat (2) dan pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”.

Aturan hukum tersebut diatas, bahwa pihak konsumen yang merasa dirugikan haknya dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha/ produsen, melalui lembaga yang ditugaskan oleh Undang –undang untuk mengurus penyelesaian sengketa antara konsumen dan palaku usaha. Sedangkan pada Merek konsumen dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga, sebagaimana

yang disebutkan dalam pasal, 76 ayat (2) Undang – undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang menyebutkan : “Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa : 1) Gugatan ganti rugi, dan /atau Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut; 2) Gugatan dapat diajukan ke Pengadilan Niaga, sesuai yang disebutkan dalam pasal 76 ayat (2) Undang – undang Merek; 3) Gugatan atas pelanggaran merek dapat diajukan oleh pemilik merek yang bersangkutan.

Jelas merek dagang merupakan hak yang terkait dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam prakteknya banyak sekali barang atau produk merek palsu yang diperdagangkan oleh pedagang dengan harga yang lebih murah. Perbuatan pemalsuan merek dagang ini yang diperdagangkan oleh pelaku usaha tentunya melanggar Undang – undang Merek, karena yang diperdagangkan adalah merupakan produk merek ilegal dengan menggunakan merek dagang orang lain.

PEMBAHASAN

Hukum Perlindungan konsumen dibuat pemerintah untuk melindungi kepentingan konsumen (Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, suatu pengantar*, Jakarta: Daya Widya, 1999; 64), hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas – asas atau kaidah – kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat melindungi konsumen. Keberadaan Undang – undang perlindungan konsumen, karena posisi konsumen yang lemah, maka konsumen harus dilindungi hak – haknya jika dirugikan.

Undang – undang Perlindungan konsumen tidak saja merupakan instrument hukum yang tidak hanya berfungsi melindungi kepentingan konsumen, melainkan juga kepentingan hukum bagi korporasi pelaku usaha. Alasan Adanya Undang –

undang Perlindungan konsumen sebagaimana dimuat dalam penjelasannya dikarenakan antara lain :

1. Kedudukan Pelaku usaha dan konsumen yang tidak seimbang dan konsumen selalu berada pada posisi yang lemah;
2. Prinsip ekonomi pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin, sangat potensial merugikan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung;
3. Piranti hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan aktivitas pelaku usaha, tetapi justru akan menciptakan iklim usaha yang lebih sehat. Hal ini mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Dalam pelaksanaannya Undang – undang Perlindungan konsumen memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi- sanksi Undang – undang Perlindungan Konsumen;
4. Undang – undang Perlindungan konsumen mengacu kepada filosofi pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Semua ini dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar Negara Pancasila dan Konstitusi Negara Undang – undang dasar 1945.

Kaitannya dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), khususnya di bidang mutu barang, hak merek juga dapat terjadi , bagi konsumen pemakai barang dan/ atau jasa yang haknya merasa dirugikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, karena dipalsukan oleh pelaku usaha yang memperdagangkan dagangannya.

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang mencakup, hak cipta, Hak paten, Hak merek, hak rahasia dagang, dan Desain Industri. Khususnya pelanggaran dalam hak merek akan berdampak luas bagi konsumen. Hak merek adalah bagian dari hak atas kekayaan intelektual merupakan substansi yang mudah dipahami. Apalagi dalam hal merek sebuah produk yang sering digunakan untuk kebutuhan sehari – hari, dengan tanda, dan

warna yang melekat pada produk sebagai pembeda antara barang satu dengan barang lainnya. Hal ini jika produk merek tersebut dipalsukan akan kelihatan sekali, dan mudah untuk membedakan bahwa asli atau tidaknya merek yang digunakan konsumen.

Undang-undang Merek mengatur, agar tidak saling merugikan antara pemakai merek, dengan adanya peraturan ini sangat bermanfaat bagi para konsumen, sehingga para konsumen dapat mengetahui dari kekeliruhan maupun kesalahan – kesalahan dalam menggunakan dan membeli produk merek. Disebabkan Konsumen yang biasanya sudah biasa menggunakan merek tertentu yang dikenalnya. Barang atau produk merek tertentu yang digunakan konsumen sangat menguntungkan bagi produsen, karena penggunaan merek tertentu yang sudah dikenalnya juga berfungsi sebagai penghubung antara barang dengan pemilik hak merek atau terdaftar sebagai pemilik merek. Namun hal ini perlu diperhatikan oleh para pemilik merek dagang, karena pemalsuan merek begitu banyak terjadi, dan penegakan hukum atas pemalsuan merek sering tidak tuntas, sehingga bagi si pemalsu merek akan mengulangi lagi perbuatannya. (Agus Candra, *Hati – hati Pemalsuan Merek*, Jakarta : Kompasiana, 2009 : 1). Saat ini pemalsuan merek sudah sering kali terjadi, tidak jarang produk merek terkenal dipalsukan dan diperdagangkan, sehingga bagi pemakai atau konsumen yang menggunakan produk merek tersebut sangat dirugikan dengan barang yang palsu dan bisa membahayakan bagi pemakainya.

Perlindungan hukum terhadap sebuah merek perlu dilakukan, karena merupakan kunci sukses sebuah merek menjadi pemimpin pasar, karena dengan adanya merek akan senantiasa mendapatkan konsumen yang loyal.

Merek adalah suatu tanda yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa . Hal ini disebutkan dalam pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek , menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar pada daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Melalui merek ini konsumen dapat mengetahui kualitas

dan keaslian produk merek tersebut, karena berdasarkan pengalamannya menggunakan merek yang diyakini konsumen sebagai merek dengan membedakan tanda maupun warna yang menempel pada merek.

Asal usul merek bermula pada abad pertengahan di Eropa, pada saat perdagangan dengan dunia luar mulai berkembang. Awalnya perlindungan atas merek di Inggris pada perkembangan awalnya untuk melawan pemalsuan atau peniruan. Kasus yang pertama di selesaikan di Pengadilan Inggris adalah kasus *Lord Hardwicke L.C. in Blanchard versus Hill* pada tahun 1742. (Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT Alumni, 2003 ; 305), sedangkan peraturan yang digunakan adalah Merchandise Marks Act pada Tahun 1862. Undang- undang ini terus diperbarui, hingga tahun 1984 atas rekomendasi *The Mathys Departemen Committee*, Undang – undang ini kemudian diperbaharui lagi dengan memasukkan system Pendaftaran merek Jasa (Muhammad Djumhana, Djubaedillah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Alumni, 1997 ; 149-157).

Di Indonesia Perlindungan Merek semula diatur dalam Reglement Industrieie Eigendom Kolonien 1912 yang kemudian diperbaharui pada tahun 1961, yang tujuannya adalah untuk melindungi para pemakai atau para konsumen dari tiruan barang-barang yang memakai merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang-barang yang bermutu. Selanjutnya diperbaharui lagi menjadi Undang-undang Nomor 9 tahun 1992 tentang Merek. Kemudian mengalami penyempurnaan lagi menjadi Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek, penyempurnaan ini disesuaikan dengan *Paris Convention* dan kekurangan atas beberapa ketentuan yang tidak sesuai lagi dengan kebutuhan dan praktek-praktek Internasional. Akhirnya terakhir mengalami perubahan yang menyeluruh yaitu dengan disahkannya Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 Tentang Merek. Perubahan ini diharapkan untuk mengantisipasi perkembangan teknologi di Indonesia, informasi dan telah menjadikan kegiatan di sector perdagangan semakin meningkat secara pesat terhadap produk merek. Hal ini perlu ditegaskan untuk menjaga dan melindungi konsumen.

Kasus **merek di Indonesia** banyak terjadi baik di bidang industry produk yang telah beredar dipasaran seperti dalam kasus pemalsuan Merek Produk *Milk Bath* merek *Body shop* di Jakarta. *Milk Bath* adalah salah satu produk kosmetik yang dikeluarkan oleh *The Body shop Internasional PLC*. Suatu perusahaan kosmetik terkenal di Inggris *Milk Bath* digunakan untuk keperluan mandi yang mempunyai sifat larut dalam air, dan berfungsi untuk memutihkan badan. Produk *the body shop* telah dipasarkan secara luas oleh PT. Monica Hijau Lestari. Adapun pelanggaran yang dilakukan pada tahun 1996, bahwa PT MONICA HIJAU LESTARI mendapatkan laporan dan keluhan dari konsumen mengenai produk milk bath yang berbeda dari produk yang sebelumnya biasa dipakai oleh konsumen. Setelah diteliti ternyata produk tersebut tidak sama dengan produk yang dikeluarkan oleh *the body shop*, dan diyakini ternyata produk milk bath tersebut palsu, karena bentuk dan isinya yang berbeda dengan yang sebelumnya, milk bath palsu ini tidak larut dalam air, dan tidak mempunyai kasiat memutihkan tubuh.

Selanjutnya ditemukan kasus pemalsuan merek makanan Dunkin Donut versus Donats di Yogyakarta. Merek Dunkin Donut milik Dunkin Donut INC, USA, telah terdaftar di banyak Negara di dunia termasuk Indonesia. Bentuk-bentuk pelanggaran merek yang ditemukan pada kasus Dunkin Donut yaitu kombinasi warna memiliki keasamaan dengan merek aslinya. Bagi konsumen pemakai barang atau produk ini merasa curiga dengan bentuk dan kemasan warna yang terdapat pada Dunkin Donut tersebut, sehingga si pemilki merek melayangkan surat peringatan terhadap produk donats Donuts Yogyakarta, lalu diselesaikan di luar pengadilan.

Kemudian ada lagi kasus produk minimum merek cap Kaki Tiga yang juga dipalsukan dengan pembedaan warna dan kemasan produk aslinya. Selanjutnya masih banyak lagi kasus-kasus merek seperti halnya pada pemalsuan merek Tupperware versus tulipware di Bandung. Produk merek Tupperware yang diproduksi di AS adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis alat-alat rumah tangga, yang terbuat dari jenis plastic, yang berupa, tempat menyimpan makanan, buah-buahan dan mainan anak-

anak, serta tempat-tempat tanaman yang juga di desain terbuat dari bahan plastic yang berkualitas dan bermutu tinggi. Merek *Tupperware* sudah terdaftar di Dirjen HAKI , sedangkan merek Tulipware baru akan mendaftarkan ke Dirjen HAKI, lalu ditemukan pelanggaran-pelanggaran tersebut oleh PT. Imawi Benjaya selaku distributor tunggal di Indonesia yang memperdagangkan merek Tupperware di Indonesia, dengan kesamaan produk merek Tulipware yang diproduksi oleh CV. Classic Anugerah Sejati yang berlokasi di Bandung. Adapun bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh merek Tulipware yaitu terdapat kesamaan kemasan pada produk Tupperware dengan produk tulipware, sehingga membingungkan konsumen selaku pemakai produk merek aslinya *Tupperware*. (Andri Ramadhan ,Kenretno, *Sengketa merek dagang*, Jakarta : Gramedia, 2010; 2).

PEMBAHASAN

Setiap orang berhak atas jaminan perlindungan hukum yang wajib diberikan oleh Negara. Salah satu perlindungan yang wajib diberikan oleh Negara adalah Perlindungan Konsumen. Hal ini dilakukan agar masyarakat sebagai pengguna barang dan / jasa yang dirugikan hak – haknya karena kekeliruan pemakaian barang bermerek palsu. Akibat pemalsuan merek yang diperdagangkan oleh pelaku usaha, konsumen mengalami kerugian secara ekonomi.

Dalam Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), menyatakan 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. Undang – undang ini dibuat, karena secara alamiah kedudukan atau posisi konsumen tidak sama dengan pelaku usaha. Hukum perlindungan Konsumen ini muncul akibat posisi konsumen yang sangat lemah (A.Z. Nasution, *Perlindungan Konsumen Dan Peradilan Di Indonesia*, Jakarta : BPHN RI, 2004: 4).

Istilah Merek dalam bahasa Indonesia yang berarti Tanda yang dikenakan bagi pelaku usaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. (Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama : 2008: 189). Dengan demikian misalnya merek rokok, merek tas, merek sepatu, merek tinta printer, merek arloji, dan sebagainya. Pengertian Merek sendiri menurut Pasal 1, angka 1, Undang – undang Nomor 15 Tahun 2002 Tentang Merek, menyatakan : “ Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf – huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.

Dalam Undang – Undang Merek, Di sebutkan ada tiga macam Merek yaitu Merek Dagang, Merek Jasa dan Merek Kolektif. Disebutkan dalam Undang – undang ini yang dimaksud dengan 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 – barang sejenis lainnya. Pasal 3 Undang – undang Nomor 15 Tahun 2002 juga menyatakan Hak atas Merek adalah hak – hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Ketentuan ini sebagai jaminan perlindungan hukum bagi pemilik hak atas merek di Indonesia. Secara hukum Hal ini pemakaian merek dipegang oleh pemilik atau pemegang hak atas merek, dan masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui kualitas barang, dan /atau jasa yang bersangkutan baik melalui pengalamannya pernah menggunakan merek tersebut maupun melalui konsumen lainnya.

Merek menjadi sangat penting , sehubungan dengan perlu adanya perlindungan hukum bagi pemilik atau pemegang merek, dan perlindungan hukum terhadap terhadap konsumen atas suatu barang dan/ atau jasa yang memakai suatu merek agar tidak terkecoh dengan merek – merek lain. Dalam dunia usaha mempunyai tujuan utama adalah untuk mencari keuntungan, sehingga banyak sekali pelaku usaha yang kurang memahami

arti penting hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang menggunakan merek produknya.

Manfaat merek bagi Konsumen sangat penting, karena selain memiliki nilai yang kuat merek juga memiliki manfaat bagi produsen atau pelaku usaha, dan konsumen. Manfaat merek yaitu, bagi konsumen merek dapat menceritakan sesuatu tentang suatu mutu produk maupun jasa. Bagi Pelaku usaha manfaat merek yaitu : 1) Merek memudahkan penjual dalam mengolah pesanan dan menelusuri masalah yang timbul; 2) Merek dapat memberikan perlindungan hukum atas keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk ; 3) Merek memungkinkan untuk menarik sekelompok pembeli yang setia dan menguntungkan; 4) Merek membantu penjual dalam melakukan segmentasi pasar. (Bilson Simamora, *7 Langkah Membangun Merek Kuat*, Jakarta : Prasetya Mulya Pratama, 2002: 153).

Fungsi merek adalah untuk melindungi masyarakat konsumen serta menjaga dan mengamankan kepentingan produsen. Selain itu pemakaian merek berfungsi sebagai : 1) Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya; 2) Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya; 3) Sebagai jaminan atas mutu barangnya; 4) Menunjukkan asal barang dan/atau jasa dihasilkan. (Aaker, David A, Rajeev Batra, John G Myers, *Advertising Management*, New Jersey : Prentice Hall, 1996 :156).

Perlindungan Konsumen Pada Merek

Lahirnya Undang – undang tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat mendidik Konsumen Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak – hak dan kewajiban – kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha. (Gunawan Wijaya, Ahmad Yany, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Gramedia, 2003: 2-3). Dalam konsideran Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dikatakan, bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen

perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Pemberian informasi terhadap konsumen ini penting, dan bukanlah tugas dari pelaku usaha saja melainkan juga tugas dari konsumen itu sendiri mencari tahu informasi apa yang dianggap relevan yang dapat dipergunakannya untuk membuat suatu keputusan tentang penggunaan, pemanfaatan maupun pemakaian barang dan/ atau jasa tertentu. Menjadi suatu yang penting bagi konsumen untuk menegakkan hak – haknya untuk kepentingannya sendiri sebagai pemakai barang dan/atau jasa.

Undang – undang Perlindungan Konsumen ini merupakan instrument hukum yang tidak hanya berfungsi melindungi kepentingan hukum konsumen saja, melainkan juga bagi pelaku usaha. Oleh karena itu ada beberapa alasan Undang – undang Perlindungan Konsumen ini disahkan, antara lain karena: (AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Jakarta: Daya Widya, 1999; 64-65), 1) Kedudukan pelaku usaha dan konsumen yang tidak seimbang dan konsumen selalu berada pada posisi yang lemah; 2) Prinsip ekonomi pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin, sangat potensial merugikan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung; 3) Piranti hukum Perlindungan Konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan aktivitas pelaku usaha, tetapi justru akan menciptakan iklim usaha yang lebih sehat. Hal ini mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Dalam pelaksanaannya Undang – undang Perlindungan Konsumen, memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi – sanksi Undang – undang Perlindungan Konsumen; 4) Undang – undang Perlindungan Konsumen mengacu pada filosofi pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Semua ini dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar

Negara Pancasila dan konstitusi Negara pancasila yang terdapat di dalam Undang – undang Dasar 1945.

Menurut Sudikno Martokusumo Asas hukum sebagai asas perlindungan konsumen serta norma – norma hukum yang tersebar di berbagai hukum pokok. (Sudikno Martokusumo, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 1996: 5-6). Asas- asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen yang tersebar dalam berbagai bidang hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis. Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum ini yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.

Pada dasarnya baik hukum perlindungan konsumen membicarakan kepentingan hukum yaitu hak – hak konsumen. Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktek hidup bermasyarakat. Demikian hukum Perlindungan Konsumen adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Hak-hak konsumen ini perlu diketahui oleh masyarakat luas sebagai konsumen, untuk menjamin kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, dan kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan atau jasa. Kebutuhannya serta mempertahankan atau hak-haknya jika dirugikan.

Perlindungan konsumen ini terkait dengan HAKI (hak atas kekayaan Intelektual), yang mencakup antara lain, hak cipta, hak merek, hak paten, dan desain industry. Khususnya dibidang penggunaan mutu merek dalam hal merek dagang yang diperdagangkan oleh produsen atau pelaku usaha benar – benar harus di terapkan perlindungan hukum bagi pemegang HAKI atau inventor yang hasil karya – karyanya banyak dipalsukan oleh pelaku usaha lain. Merek dagang merupakan salah satu hak yang sangat terkait dengan perlindungan konsumen, karena merek menyangkut kebutuhan konsumen.

Undang – undang merek dibuat untuk mengatur pemakaian merek agar para pemakai merek tidak saling merugikan, namun pengaturannya berdasarkan aturan yang berlaku yang telah ditentukan oleh Undang – undang nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Hak pemakaian atas merek ini juga telah diatur dalam peraturan ini sebagaimana yang disebutkan, Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Jelas bahwa dengan adanya merek palsu yang diperdagangkan tentunya produsen yang pertama kali mendaftarkan hasil produksinya akan mengetahui, dan begitu juga bagi konsumen jika terjadi perdagangan barang tertentu yang bermerek palsu yang diperdagangkan, oleh produsen, maka konsumen akan mengetahui, karena menggunakan barang tertentu yang biasanya digunakan yang kualitasnya berbeda. Selain itu tanda pada merek produk tersebut sebagai pembeda antara produk satu dengan produk lainnya yang berasal dari produsen tertentu yang merupakan ciri produk yang dihasilkan. Komposisi dasar dari merek suatu produk yaitu dengan cara menampilkan keistimewaan dari produk yang diperdagangkan serta untuk membangkitkan hubungan antara produk tertentu dengan konsumennya. Kedua unsur tersebut merupakan komponen utama dari suatu produk merek barang dan atau jasa dari perusahaan yang diberi merek tertentu. Merek adalah suatu tanda yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa, yang hal ini dilindungi oleh Undang – undang Merek. Namun dalam Undang – undang merek tidak disebutkan perlindungan bagi konsumen terhadap peredaran barang – barang palsu.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan dengan penelitian ini untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran produk barang merek dagang palsu yang diperdagangkan oleh produsen, sehingga konsumen sebagai pemakai barang dan atau jasa hak – haknya tidak dirugikan, karena barang atau merek yang diperdagangkan tidak sesuai dengan mutu dan kualitas barang tertentu yang biasa digunakan oleh konsumen.

Pihak konsumen berhak mendapatkan informasi dari produsen atau pelaku usaha, melalui informasi yang benar bahwa melalui tanda merek sebagai pembeda pihak konsumen dapat mengetahui, dan menilai kualitas, karena dapat mengetahui siapa yang memproduksi barang dengan merek yang bersangkutan, sehingga dengan ciri tanda merek dapat mempengaruhi usaha perdagangan si pedagang tersebut.

Manfaat dan fungsi bagi konsumen, dan juga bagi produsen itu sendiri sebagai produksi barang dan atau jasa. Bagi konsumen manfaat Merek adalah Konsumen dapat menceritakan sesuatu mutu produk yang dibelinya. Bagi Produsen adalah untuk memudahkan menjual dan mengolah suatu produk barang yang dihasilkannya. Sedangkan fungsi merek bagi konsumen adalah untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen, serta menjag, dan mengamankan kepentingan produsen. Selain itu merek juga dapat berfungsi memberi keuntungan bagi produsen dalam memperdagangkan produknya.

SARAN

Dalam Undang – undang Merek belum ada disebutkan Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap peredaran, dan perdagangan merek palsu yang sangat dirasakan merugikan hak – hak konsumen sebagai pemakai produk barang, dan atau jasa. Tidak juga disebutkan perlindungan bagi produsen dari pelanggaran dan praktek peniruan produk barang yang dihasilkannya.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A, Rejeev Batra, John G myers, *Advertising Managemen*, New Jersey : Printice Hall, 1996.

A Z Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Jakarta : Daya Widya,1996.

-----, *Perlindungan Konsumen Dan Peradilan Di Indonesia*, Jakarta : BPHN RI, 2004.

Agus Candara, *Hati – hati Pemalsuan Merek*, Jakarta : Kompasiana, 2009.

Andri Ramadhan, Kenretno, *Sengketa Merek dagang*, Jakarta : Gramedia, 2010.

Bilson Simamora, *7 Langkah Membangun Merek Kuat*, Jakarta : Prasetyo Mulya Pratama,2002.

Benny Muliawan, *8 Jalur Mendapatkan Merek Terdaftar, Cetakan Pertama*, Jakarta, Jakarta : PT. Neo Mediatama, 2012.

Guanawan Wijaya, Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Gramedia, 2003.

John Pieris, Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum Dan Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Pelangi Cendikia 2007.

Muhammad Djumhana, Djubaedillah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung : Alumni, 1997.

Rachmadi Usman, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Bandung : PT. Alumni, 2003.

Subekti, Tjitrosudibyo, *Kitab Undang – Undang Hukum Perdata, Edisi Revisi*, Jakarta : Pradnya Paramita, 1996.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi*, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.

Sudikno Martokusumo, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta : Liberty, 1996.

(Widiarty, Wiwik Sri) Perlindungan Konsumen terhadap merek Dagang

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

25%

★ Submitted to Universitas Islam Indonesia

Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On