

BAB II

TINJUAN PUSTAKA TENTANG MEREK DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Pengertian Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pengertian merek berdasarkan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor

15 Tahun 2001 tentang Merek dijelaskan sebagai berikut :

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsure-unsur tersebut, yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang-barang atau jasa.

Pengertian merek berdasarkan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor

15 Tahun 2001 tentang Merek tersebut, dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan merek adalah “Tanda” yang berupa :

- a. Gambar;
- b. Nama;
- c. Kata;
- d. Huruf-huruf;
- e. Angka-angka;
- f. Susunan warna; atau Kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan merek adalah kombinasi dimana unsur-unsur itu mempunyai atau memiliki “Daya Pembeda”. Maksudnya, merek itu berbeda dengan merek yang lainnya.

Bahasa yang digunakan dalam merek tersebut, terkadang ada yang memakai bahasa asing atau huruf lain, bahasa dan huruf latin tersebut harus diterjemahkan dalam bahasa Indonesia supaya mudah dimengerti.

Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata mengemukakan:⁶³

Merek yang menggunakan bahasa asing atau didalamnya terdapat huruf selain huruf latin atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia wajib disertai terjemahan dalam bahasa Indonesia, dalam huruf latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara mengucapkannya dalam ejaan latin.

Berdasarkan pendapat ini, maka merek yang terdapat bahasa asing atau angka latin wajib diterjemahkan dalam bahasa Indonesia agar mudah dimengerti dan dengan tujuan barang yang diperdagangkan dengan memakai merek tersebut tidak menyesatkan konsumen.

Dapat dibayangkan jika merek suatu barang yang diperdagangkan memakai bahasa asing atau terdapat didalamnya angka-angka latin, maka barang tersebut jika diperdagangkan di wilayah Republik Indonesia sangat sulit dipasarkan. Hal ini disebabkan karena pada umumnya masyarakat belum memahami secara pasti bahasa asing dan angka-angka latin.

⁶³Sudargo Gautama & Rizawanto Winata, *Op.cit*, hlm 53

Kalaupun ada yang membeli barang dengan merek seperti itu, maka masyarakat atau konsumen pemakai barang dimaksud ada kemungkinannya kecewa sebab tidak terlalu memahami maksud dan tujuan yang tertera dalam bahasa dan angka-angka itu, akibatnya masyarakat sebagai pihak pemakai barang atau konsumen merasa tertipu atau sesat akibat merek tersebut.

Berdasarkan pengertian merek tersebut, maka dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, terhadap pula jenis-jenis merek sesuai yang dirumuskan dalam pasal 1 angka 2, 3 dan 4 sebagai berikut:

- a. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau berapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang jenis lainnya.
- b. 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-jasa sejenis lainnya.
- c. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan / atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan / atau jasa sejenis lainnya.

Dengan demikian, menurut Undang-Undang merek ada tiga jenis yaitu merek dagang, merek jasa, merek kolektif. Ketiga merek tersebut merupakan hasil karya atau ciptaan seseorang atau lebih yang dalam Undang-Undang merek dan Undang-undang Hak Cipta dilindungi dan merupakan hak

kekayaan intelektual atau hak milik intelektual seperti merek dagang. H. D. Effendy Hasibuan mengemukakan :⁶⁴

Merek atau merek dagang (*trademark*) sebagai hak milik intelektual mempunyai nilai tinggi bagi pemiliknya, disamping nilai ekonomi tinggi yang terkandung dalam merek itu sendiri, setelah merek itu menjadi terkenal.

Suatu merek atau merek dagang yang sudah sangat terkenal seperti merek Converse, merek itu mempunyai nilai ekonomi tinggi bagi pemilik merek, karena barang yang bermerek seperti itu harganya mahal demikian pula merek lainnya.

Merek jangan dicampuradukkan, hak cipta dengan hak merek, merupakan suatu karya intelektual juga merupakan hak yang khusus diberikan negara kepada pemilik merek. Menurut Taryana Soenandar bahwa:⁶⁵

Hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu, menggunakan sendiri merek tersebut atau member izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

Menurut pendapat ini merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek, asalkan merek dimaksud sudah terdaftar

⁶⁴H. D. Effendy Hasibuan, *Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*, Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003, hlm 16.

⁶⁵Taryana Soenandar, *Op.cit*, hlm 69

dalam daftar umum merek. Hal ini berarti jika merek itu belum terdaftar, maka pemegang merek belum mendapatkan pengakuan dan perlindungan hukum. Adapun makna dari hak khusus tersebut Leden Marpaung mengemukakan bahwa :

Hak khusus dimaksud yaitu untuk selama waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan persetujuannya kepada orang lain.

Pendapat ini, kalau dikaitkan dengan pemberian hak khusus kepada pemilik merek dagang atau merek pada umumnya, berarti hak itu dalam jangka waktu tertentu dapat dipergunakan oleh pemilik merek untuk digunakan dalam dunia perdagangan.

Sejalan dengan pendapat di atas, AbdulKadir Muhammad mengemukakan :⁶⁶

Hak untuk menggunakan merek dagang atau hak kekayaan intelektual (HKI) yang diperoleh dari pemiliknya. Sedangkan Hak merek adalah hak kekayaan intelektual (HKI) yang melekat pada pemilik merek.

Dengan memperhatikan pendapat ini, maka merek merupakan tanda yang digunakan dalam memperjualbelikan barang dan merek itu merupakan hak kekayaan intelektual (HKI) bagi pemilik merek.

⁶⁶AbdulKadir Muhammad, *Op.cit*, hlm3

B. Syarat-syarat Ketentuan Merek

Menurut Undang-Undang merek, pendaftaran merek merupakan keharusan/kewajiban bagi setiap pemilik merek yang ingin mendapatkan perlindungan hukum atas hak mereknya.

Adapun ketentuan-ketentuan yang harus diperhatikan sebagai syarat dalam Undang-Undang tentang merek, itu tertera dalam pasal 5 dan 6, yaitu :

Pasal 5 : Merek tidak dapat didaftar apabila Merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- a. Bertentangan dengan peraturan Undang-Undang yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Adapun ditulis Pasal 6 Undang-Undang Merek sebagai berikut:

1. Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:
 - a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;

- b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.
2. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.
3. Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:
- a. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;

- c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

C. Fungsi Merek

Merek dibuat oleh pencipta pada dasarnya mempunyai fungsi, diantaranya untuk dijadikan merek dagang serta untuk membedakan barang dagangan satu dengan dagangan lainnya.

Menurut H. D. Effendy Hasibuan mengemukakan⁶⁷.

Merek barang suatu yang diperdagangkan sama usianya dengan perdagangan itu sendiri. Ketika orang sudah memulai membuat sesuatu sudah membuat "Tanda" buaatannya itu dengan kata atau simbol yang memberikan identifikasi pembuatannya. Tanda seperti itu, tidak lebih dari nama pembuatannya, telah ditemukan pada barang dari Cina, India, Persia, Mesir, Roma, Yunani dan lainnya sekitar 4.000 tahun yang lalu. Tujuan tanda tersebut:

- a. Pertama-tama merupakan iklan bagi pembuat;
- b. Kemudian menghindari sengketa tentang siapa pembuatnya; dan
- c. Tanda untuk menunjukkan kualitasnya.

Berdasarkan pendapat ini, dapat diketahui bahwa merek berfungsi sebagai lambang dagangan, kualitas barang dan untuk membedakan produk dagangan yang lainnya yang kini berdasar diPasaran.Adapun menurut M. Yahya Harahap mengemukakan fungsi merek selain sebagai tanda atau simbol suatu barang juga merek menunjukkan mutu suatu barang.Pendapat

⁶⁷H. D. Effendy Hasibuan,*Op.cit*, hlm 11.

ini juga sejalan dengan T. Mulya Lubis dan Insan Budi Muliana⁶⁸ bahwa merek berfungsi untuk membedakan tanda atau identitas barang dagangan lainnya.

Kedua pendapat di atas, memberikan pemahaman bahwa fungsi merek selain sebagai tanda suatu produk, juga menandakan bahwa barang yang diperdagangkan itu mempunyai jaminan kualitas yang berbeda dengan barang dengan merek lain, sehingga merek tersebut senantiasa mempunyai daya untuk diminati konsumen.

Wiranto Dianggoro⁶⁹ mengatakan merek berfungsi sebagai simbol atau tanda suatu barang. Dari kedua pendapat ini menunjukkan bahwa merek suatu barang fungsinya sangat penting untuk dijadikan standar konsumen memiliki dan menggunakan mereka tersebut. Dan dalam kenyataannya, konsumen pada umumnya memiliki barang-barang yang bermerek terkenal.

Berkait dengan pendapat di atas, Harsono Adisumarto⁷⁰ menyatakan bahwa :

Merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian/dunia usaha, dan merupakan tanda daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia yang memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

⁶⁸<http://insanbudimaulana.blogspot.co.id/2011/05/insan-budi-maulana.html>, diakses pada tanggal 31 Mei 2016

⁶⁹Wiratmo Dianggoro, "*Pembaharuan UU Merek dan ampak Bagi Dunia Bisnis*", Jurnal Hukum Bisnis, Volume 2, hlm 53

⁷⁰Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual; Khususnya Hak Cipta*, CV. Akademika Pressindo, Jakarta, 1990. hlm. 44 – 45

Berdasarkan pemaparan ini, maka merek kadang berfungsi sebagai tanda daerah asal suatu barang, misalnya merek luar negeri tentunya berbeda dengan barang-barang yang diproduksi di Indonesia. Contoh lainnya terdapat pada barang-barang tiruan made in Indonesia, atau merek-merek lain yang kualitas barangnya relatif bagus, tetapi harganya terjangkau.

D. Pengertian Konsumen dan Peniruan

1. Pengertian Konsumen

Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, “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”. Dapat dipahami bahwa tidak semua barang setelah melalui proses produksi akan langsung sampai ke tangan pengguna. Terjadi beberapa kali pengalihan agar suatu barang dapat tiba di tangan konsumen. Biasanya jalur yang dilalui oleh suatu barang adalah Produsen – Distributor – Agen – Pengecer – Pengguna.

Lebih lanjut, dalam ilmu ekonomi ada dua jenis konsumen, yakni konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk

dipakai, melainkan untuk diperdagangkan, sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir. Yang dimaksud di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir. Konsumen akhir memperoleh barang dan/atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan.

2. Peniruan

Pasal 6 membahas mengenai merek yang harus ditolak pengajuan pendaftarannya. Penolakan ini didasarkan pada adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek lain yang telah terdaftar, dan/atau merek terkenal, dan/atau indikasi-geografis yang sudah dikenal. Lebih lanjut dikemukakan dalam pasal ini, merek juga harus ditolak apabila tanpa ada ijin tertulis dari pihak yang berhak atau berwenang, menyerupai nama orang terkenal, foto, nama badan hukum orang lain, singkatan nama, bendera, lambang, simbol negara, emblem negara, lembaga nasional atau internasional, tanda atau stempel resmi yang digunakan oleh lembaga negara atau lembaga pemerintahan.

Penjelasan pasal 6 menyebutkan yang dimaksud dengan sama pada pokoknya adalah adanya kemiripan antara merek yang satu dan merek yang lain. Syarat sebuah merek dikatakan memiliki kemiripan

yaitu apabila merk tersebut menimbulkan kesan adanya persamaan mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan, atau kombinasi antara unsur-unsur atau persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan mengenai kaidah peniruan merek yang ada dalam pasal ini berbeda dengan peniruan merek seperti dimaksudkan dalam tulisan ini. Kaidah peniruan merek yang ada dalam pasal 6 ini menyebutkan bahwa orang tidak dapat mendaftarkan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang dimiliki pihak lain untuk barang/jasa yang sejenis. Kaidah lain yang terdapat dalam pasal ini yaitu bahwa merek yang digunakan tidak boleh menyerupai dengan nama atau singkatan nama negara. (lihat pasal 6 ayat 3 huruf b dan c). Hal ini disebabkan merek yang menyerupai nama atau singkatan suatu negara, Lambang Negara. Dapat diasumsikan ingin memperoleh ketenaran sebuah negara atau diasumsikan oleh konsumen berasal dari suatu negara tertentu.

Pasal ini memuat ketentuan adanya hak yang dimiliki pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan kepada pihak lain yang dianggap menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis. Gugatan

diajukan untuk menuntut ganti kerugian dan/atau penghentian semua kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Catatan pada Pasal ini yaitu bahwa tuntutan hanya bisa dilakukan jika persamaan pada pokoknya atau persamaan pada keseluruhannya yang digunakan pihak lain diterapkan pada barang yang sejenis. Dengan perkataan lain kaidah dalam pasal ini menentukan, apabila barang bukan merupakan barang yang bukan sejenisnyapun, masih dimungkinkan menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar. Kaidah ini sama dengan kaidah dalam Pasal 6 ayat 1 huruf b Undang-Undang Merek yang mengatur agar permohonan pendaftaran merek harus ditolak jika memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek barang dan/atau jasa sejenis milik pihak lain yang telah terkenal.

E. Dasar Hukum Perlindungan Merek dan Konsumen

Ketentuan hukum yang mengatur tentang merek di Indonesia hingga saat ini, sudah beberapa kali mengalami perubahan atau penggantian Undang-Undang Merek seperti Undang-undang No. 19 Tahun 1992 tentang Merek sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang N. 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Kemudian pada tanggal 1 Agustus 2001 diundangkan lagi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang dicatat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110.

Dalam Undang-Undang Merek terbaru tersebut, berisi 101 Pasal dan XVI Bab. Yang mengatur mengenai merek di Indonesia.

Merek dengan jenis merek dagang, merek jasa serta merek kolektif yang di berikan perlindungan hukum menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 ini, hanyalah merek yang sudah diakui oleh Negara, artinya merek tersebut sudah sah karena sudah terdaftar pada Direktorat Jenderal Pendaftaran merek dan telah memenuhi syarat-syarat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang merek tersebut. Dengan demikian merek yang belum terdaftar secara hukum tidak bisa diberikan perlindungan hukum jika terjadi sengketa mengenai merek di Indonesia.

1. Peniruan Merek

Peniruan merek dalam literature hukum merek, masih sangat kurang para sarjana yang menulis mengenai peniruan konsumen, hal ini mungkin disebabkan karena hukum merek atau Undang-Undang merek di Indonesia selalu berubah-ubah.

Salah satu sarjana yang menyumbangkan pemikirannya dan menulis peniruan merek adalah H. D Effendy Hasibuan dalam bukunya yang berjudul *Perlindungan Merek studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat* mengemukakan merek sebagai berikut:⁷¹

- a. Peniruan merek secara terang-terangan
 - 1) Meniru merek sama secara keseluruhan untuk jenis barang yang sama. Kategori meniru merek sama secara keseluruhan dapat terjadi apabila merek yang asli dan merek yang ditiru “sama keseluruhan” sehingga susah membedakan mana merek yang asli dan mana merek yang palsu. Disamping itu, karena jenis barangnya sama, maka akan sulit pula membedakan mana barang yang asli dan mana barang yang palsu.
 - 2) Meniru merek sama secara keseluruhan untuk jenis barang yang berbeda.
- b. Peniruan merek secara tersamar
 - 1) Meniru merek sama pada pokoknya untuk jenis barang yang sama. Adalah perlu untuk membedakan peniruan merek “sama secara keseluruhan” seperti sudah dijalankan di muka, dan “sama pada pokoknya” yang akan diuraikan lebih lanjut. Jika yang ditiru pada keseluruhannya, berarti kedua mereknya sama seperti “Tancho” dimana bunyi, suara, arti dan tulisannya sama, serta jenis barangnya sama (kosmetik) atau bisa juga jenis barang atau jasanya berbeda. Sedangkan jika yang ditiru sama pada pokoknya dapat berupa kedua mereknya tidak sama tetapi terdapat persamaan dari sudut pandang, dalam suara atau bunyi yang dapat diartikan pada persamaan walaupun sesungguhnya artinya sendiri tidak sama, seperti “Evendy” dan “Everlast” atau “Bally” dan “Bali” untuk jenis barang yang sama.
 - 2) Meniru merek sama berdasarkan cara pengucapan atau bunyinya untuk jenis barang yang sama. Meniru merek yang sama berdasarkan cara pengucapannya atau bunyinya adalah bagian dari meniru merek sama pada pokoknya untuk jenis barang sama, dan

⁷¹HD.Effendy, Hasibuan, *Perlindungan Merek, Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*, Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, hlm 88.

merupakan salah satu dari pemalsuan merek tersemar. Metode peniruan yang dilakukan, selain meniru merek sama pada pokoknya berdasarkan cara pengucapannya atau bunyinya, juga produk barang-barangnya sama.

- 3) Meniru merek sama berdasarkan arti untuk jenis barang yang sama. Metode peniruan mereka lainnya ialah meniru merek sama pada pokoknya berdasarkan arti dari kedua merek untuk jenis barang yang sama.

Dari beberapa jenis peniruan merek yang telah dikemukakan tersebut di atas, jika pelaku tindak pidana peniruan atau pemalsuan merek ternyata terbukti bersalah, maka perlu tersebut akan dijatuhi hukuman penjara. Namun dalam tindak pidana itu tidak menghususnya jenis peniruan merek tertentu tapi yang terpenting bahwa tindakan pelaku dimaksud adalah meniru atau memalsu suatu merek. Misalnya merek terkenal.

2. Perlindungan Merek

Merek atau jenis-jenis merek seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang akan diberikan perlindungan hukum tentunya hanya atas mereka yang telah terdaftar. Hal ini berarti merek dagang yang belum terdaftar tidak terlindungi menurut Undang-Undang merek tersebut.

Adapun jangka waktu perlindungan merek terdaftar selama 10 tahun, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek bahwa :

Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

Berdasarkan pasal ini dapat diketahui bahwa merek dagang yang beredar di pasaran saat ini didaftar pada Direktorat Jenderal perlindungan merek telah dilindungi untuk jangka waktu 10 tahun ke depan.

Jika merek tersebut jangka waktu perlindungannya telah berakhir, maka pemilik merek dapat mengajukan permohonan perpanjangan merek untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan merek tersebut dalam Undang-Undang Merek diatur dalam Pasal 35, 36 dan Pasal 38 Undang-Undang tersebut.

Pemilik atau pemegang merek yang telah terdaftar, berarti merek tersebut diakui oleh Negara keberadaan bahwa merek tersebut akan diberikan perlindungan hukum. Pemilik merek tersebut juga berhak untuk menghibahkan, mewasiatkan dan mewariskan kepada ahli warisnya serta memberikan lisensi kepada pihak-pihak yang dikehendaki berdasarkan persetujuan pemilik merek.

Khusus mengenai pengalihan hak merek seperti warisan, wasiat, hibah, perjanjian atau sebab-sebab lain yang ditentukan oleh peraturan Undang-Undang diatur dalam Pasal 40, 41, dan 42 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Adapun pemilik merek juga berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek untuk sebagian atau seluruh jenis barang dan jasa, lisensi tersebut ketentuannya diatur mulai dari Pasal 43 sampai Pasal 49 Undang-Undang tersebut.

Berdasarkan ketentuan tersebut di atas, maka hanya bagi merek terdaftar saja yang dapat dilisensikan dan dialihkan dalam bentuk lain, artinya pemilik merek mempunyai hak sepenuhnya terhadap merek itu, baik untuk digunakan sendiri maupun untuk perjanjian dengan pihak lain.

Bahkan jika ada pelaku tindak pidana yang ternyata menggunakan merek tersebut, termasuk meniru atau memalsu, maka pemilik merek berhak untuk mengajukan keberatan baik secara pidana maupun perdata. Misalnya mengajukan pembatalan merek pada Pengadilan Negeri setempat atau menuntut agar seluruh kegiatan atau barang pelaku tindak pidana peniruan merek tersebut disita atau kegiatannya dihentikan, termasuk berhak pula mengajukan gugatan ganti rugi. Karena pemilik merek merasa dirugikan oleh pelaku tindak pidana peniruan merek itu.

3. Perlindungan Konsumen

Konsumen atau parapemakai suatu barang dengan merek tertentu, baik merek yang belum terkenal maupun merek terkenal, jika konsumen tersebut merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang barangnya bermerek

tertentu yang dikonsumsi atau dibeli oleh konsumen tersebut, maka konsumen itu diberikan perlindungan hukum.

Dasar hukum pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut terdiri dari 65 Pasal dan XV bab diundangkan di Jakarta pada tanggal 20 April 1999. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang tersebut, konsumen juga diberikan hak untuk menuntut pelaku usaha atau pemilik merek atau pemilik barang dengan memakai merek tertentu, yang karena merek itu konsumen merasa dirugikan.

Prosedur yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha yang barangnya memakai merek tertentu, yaitu konsumen dapat menggugat melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha ketentuan itu diatur mulai dari Pasal 45 s/d 58 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

F. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah “Perlindungan Konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum.

Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen menurut Shidarta yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right of safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*); dan
4. Hak untuk di dengar (*the right to be heard*).

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi yang tergabung dalam The Internazional *Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat. Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagai Yayasan Lembaga konsumen (YLK) misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap hak dasar konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.

Hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan /atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa Perlindungan Konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan prundang-undangan.

Kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa Perlindungan Konsumen secara patut.

Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha yang menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama.

Menyangkut hak pelaku usaha yang tersebut dalam angka 2, 3 dan 4, sesungguhnya merupakan hak-hak lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/Pengadilan dalam tugasnyamelakukan penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari.

Satu-satunya yang berhubungan dengan kewajiban konsumen atas hak-hak pelaku usaha yang disebutkan pada angka 2, 3 dan 4 tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa sebagaimana diuraikan sebelumnya.

Kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang di buat dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

G. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Adapun ketentuan-ketentuan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha lebih lanjut diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antara lain :

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. Tidak mematuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengelolaan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, atauran pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

H. Akibat Hukum Peniruan Merek Converse

Meniru suatu merek barang Converse, dapat menimbulkan akibat hukum, utamanya bagi pelaku pemalsuan merek barang Converse tersebut, karena pemilik merek atau pemegang merek yang bersangkutan dapat menuntut pelaku pemalsuan mereknya dan memproses pelaku tersebut baik secara perdata maupun pidana.

Undang-Undang yang dapat diterapkan terhadap pelaku tindak pidana pemalsuan merek dagang Converse atau peniruan adalah Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek khususnya pada Pasal 90 sampai Pasal 95.

Pasal-Pasal tersebut secara tegas memberikan ancaman hukum kepada pelaku tindak pidana merek paling lama 5 (lima) tahun penjara dan paling sedikit 4 (empat) tahun penjara, dengan denda paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah), paling sedikit Rp. 800.000.000 (delapan ratus juta rupiah).

Tindak pidana pemalsuan di wilayah Kota Bandung hingga saat ini belum ada pihak pemilik merek terkenal yang melaporkan kepada pihak kepolisian. Hal itu mungkin disebabkan karena pemilik merek dagang Converse belum mengetahui mereknya ditiru dan dipergunakan dalam

penjualan barang tertentu. Tetapi apabila pelaku tersebut akan diproses sesuai hukum, dapat ditempuh dua cara, yaitu :

1. Menempuh upaya pidana; dan
2. Gugatan perdata.

Walaupun sudah ada Undang-undang yang dapat diterapkan, namun diwilayah kota Bandung yang hingga saat ini, belum ada satupun pihak dari pemilik merek terkenal yang melaporkan kepada pihak berwenang.