

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM MENGENAI IKEA SEBAGAI MEREK DAGANG**

##### **A. Gambaran umum mengenai IKEA Swedia dan IKEA Surabaya**

Pembatalan merek adalah suatu prosedur yang ditempuh oleh salah satu pihak untuk mencari dan mengilangkan eksistensi pendaftaran dari suatu merek dari Daftar Umum Merek (DUM) atau membatalkan keabsahan hak berdasarkan sertifikat merek.<sup>44</sup> Sedangkan penghapusan merek adalah ketika suatu merek terdaftar tidak digunakan sesuai dengan tujuan didaftarkannya merek tersebut. Undang-Undang Merek mencegah agar pemilik merek tidak menyalah gunakan haknya. Perlindungan merek justru untuk memastikan bahwa pemegang merek harus menggunakan mereknya. Prinsip hukum bahwa merek dilindungi untuk digunakan, sehingga manakala suatu merek tidak digunakan tiga tahun berturut-turut, maka negara dapat mengambil alih merek tersebut melalui tindakan penghapusan merek.

Akibat hukum, baik pembatalan maupun penghapusan merek terdaftar, adalah hilangnya hak eksklusif atas merek tersebut. Sehingga apabila suatu merek telah dihapus atau dibatalkan, merek tersebut dapat diajukan permohonan pendaftaran kembali oleh siapapun, karena merek tersebut dianggap tidak ada yang memiliki. Pemohon merek, baik pemilik semula maupun peohon baru harus mengajukan permohonan sesuai

---

<sup>44</sup> Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015. Hlm. 291.

peraturan yang berlaku. Berdasarkan Undang-Undang Merek, dan prosedur pendaftaran merek harus melalui pemeriksaan administratif, dan pemeriksaan substansif sebelum mendapatkan sertifikat merek bila seluruh persyaratan dipenuhi.

Kasus ini bermula ketika PT. Ratania Khatulistiwa, sebuah perusahaan yang didirikan tahun 1999 dan berdomisili di Surabaya, mengajukan permohonan permintaan pendaftaran merek “ikea” untuk kelas 20 dan kelas 21 pada 20 Desember 2013. Mengetahui bahwa Inter IKEA System sebagai pemilik merek “IKEA” untuk kelas barang yang sama sejak tahun 2010 dan 2006, PT. Ratania Khatulistiwa mengajukan gugatan penghapusan merek “IKEA” milik Inter IKEA System, pada 24 Desember 2013. Inter Ikea System BV merupakan sebuah perusahaan yang didirikan berdasarkan Undang-Undang Negara Belanda dan berdomisili di Amsterdam Belanda. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1983, merupakan pemilik dari IKEA *concept* dan *franchisor* dari IKEA yang tersebar diseluruh dunia.

Dasar gugatan PT. Ratania Khatulistiwa adalah Inter IKEA System tidak menggunakan merek “IKEA” selama 3 (tiga) tahun berturut-turut di Indonesia. Hal tersebut diketahui berdasarkan market survei yang dilakukan oleh satu lembaga bernama Berlian Group Indonesia di 5 (lima) kota besar di Indonesia sejak November – Desember 2013. Petitum dari PT. Ratania Khatulistiwa diantaranya adalah menghapuskan merek “IKEA” milik Inter IKEA System dan menyatakan sah permohonan

pendaftaran merek “ikea” milik PT. Ratania Khatulistiwa. Berikut petitum dari PT Ratania Khatulistiwa:

1. Menerima dan mengabulkan gugatan PENGGUGAT untuk seluruhnya

2. Menyatakan PENGGUGAT sebagai Pihak Ketiga yang berkepentingan untuk mengajukan gugatan penghapusan pendaftaran merek “IKEA” atas nama TERGUGAT Nomor Pendaftaran IDM000277901 tanggal pendaftaran 27 Oktober 2010 dan merek “IKEA” atas nama TERGUGAT Nomor Pendaftaran IDM000092006 tanggal pendaftaran 09 Oktober 2006;

3. Menyatakan Permohonan Permintaan Pendaftaran Merek “ikea” oleh PENGGUGAT untuk Kelas 20 yang telah diterima pendaftarannya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan Nomor Agenda D002013061337 tanggal 20 Desember 2013 adalah sah;

4. Menyatakan Permohonan Permintaan Pendaftaran Merek “ikea” oleh PENGGUGAT untuk Kelas 21 yang telah diterima pendaftarannya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan Nomor Agenda D002013061336 tanggal 20 Desember 2013 adalah sah;

5. Menyatakan merek “IKEA” yang terdaftar atas nama TERGUGAT dengan Nomor Pendaftaran IDM000277901 tanggal pendaftaran 27 Oktober 2010 untuk kelas barang/jasa 20, tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftarannya;

6. Menyatakan merek “IKEA” yang terdaftar atas nama TERGUGAT dengan Nomor Pendaftaran IDM000092006 tanggal pendaftaran 09 Oktober 2006 untuk kelas barang/jasa 21, tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftarannya;

7. Menyatakan penghapusan pendaftaran merek “IKEA” atas nama TERGUGAT dengan Nomor Pendaftaran IDM000277901 tanggal pendaftaran 27 Oktober 2010 untuk kelas barang/jasa 20 dari Daftar Umum Merek Direktorat Jenderal HAKI dengan segala akibat hukumnya;

8. Menyatakan penghapusan pendaftaran merek “IKEA” atas nama TERGUGAT dengan Nomor Pendaftaran IDM000092006 tanggal pendaftaran 09 Oktober 2006 untuk kelas barang/jasa 21 dari Daftar Umum Merek Direktorat Jenderal HAKI dengan segala akibat hukumnya;

9. Memerintahkan Panitera/Jurusita Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat atau pejabat lain yang ditunjuk agar mengirimkan 1 (satu) eksemplar copy putusan tersebut yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dan pasti dan memerintahkan kepada TURUT TERGUGAT untuk melaksanakan penghapusan Merek yang bersangkutan dari Daftar Umum Merek serta mengumumkannya dalam Berita Resmi Merek;

10. Menghukum TERGUGAT untuk membayar biaya perkara menurut hukum.”

Didalam Surat Jawabannya, Inter IKEA System mengatakan bahwa sudah menggunakan merek “IKEA” sejak 1948. Hingga tahun 2006, Inter IKEA System memiliki setidaknya 237 toko yang tersebar di 34 negara dan telah mempekerjakan setidaknya 10.000 karyawan yang tersebar di 44 negara. Inter IKEA System menyampaikan bukti mengenai penggunaan merek IKEA melalui pemesanan barang-barang dengan mitra kerjanya di dalam bisnis. Bahwa diketahui pula, PT Ratania Khatulistiwa mengajukan Replik pada 23 Januari 2014 dan Inter IKEA System serta Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Majelis Hakim Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, mempertimbangkan bahwa merek “IKEA” milik Inter IKEA System tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftarannya. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil market survei yang dilakukan oleh Berlian Group Indonesia. Maka gugatan penghapusan merek “IKEA” milik Inter IKEA System, berdasarkan Pasal 61 ayat (2) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, dikabulkan.

Pengadilan Niaga Jakarta Pusat melalui putusannya No.99/PDT.SUSMEREK/2013/PN.Niaga.Jkt.Pst., tertanggal 17 September 2014, mengabulkan gugatan PT. Ratania Khatulistiwa yakni menghapus merek “IKEA” milik Inter IKEA System, dan menyatakan Permohonan Permintaan Pendaftaran Merek “ikea” oleh PT. Ratania Khatulistiwa untuk kelas 20 dan kelas 21 yang telah diterima

pendaftarannya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual adalah sah.

Terhadap putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat tersebut, Inter IKEA System mengajukan kasasi. Secara ringkas, alasan-alasan yang mendasari Permohonan Kasasi adalah dikarenakan *Judex Facti* telah salah menerapkan atau melanggar hukum yang berlaku dan/atau tidak memberikan pertimbangan hukum yang cukup (*onvoldoende gemotiveerd*) dan/atau lalai memenuhi syarat-syarat yang diwajibkan peraturan perundangundangan yang mengancam kelalaian itu dengan batalnya putusan yang bersangkutan.<sup>45</sup>

Mahkamah Agung dalam pertimbangannya, tidak dapat membenarkan keberatankeberatan dari Pemohon Kasasi(Inter IKEA System) dan putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat telah benar dan telah sesuai dengan Pasal 61 ayat (2) Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek.

Amar Putusan Mahkamah Agung No.264 K/Pdt.Sus-HKI/2015, tertanggal 12 Mei 2015 adalah menolak permohonan kasasi Inter IKEA System. Dengan kata lain, merek “IKEA” milik Inter IKEA System kelas 20 dan kelas 21 dihapus dan permohonan pendaftaran merek “ikea” milik PT. Ratania Khatulistiwa kelas 20 dan kelas 21 disahkan.Terhadap putusan Mahkamah Agung tersebut, tidak diajukan upaya hukum lain sehingga sudah bersifat *inkracht van gewijsde*.

---

<sup>45</sup> Putusan Mahkamah Agung No.264 K/Pdt.Sus-HKI/2015, Hlm. 19.

## B. Persamaan IKEA Swedia dan IKEA Surabaya

Sesuai dengan fungsi merek, sebagai tanda pembeda, maka seyogianya antara merek yang dimiliki oleh seseorang tidak boleh sama dengan merek yang dimiliki oleh pihak lain. Persamaan itu tidak saja sama secara keseluruhan, tetapi memiliki persamaan secara prinsip, dan yang berarti merek tersebut secara totalitas ditiru. Yang dimaksudkan dengan persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut.<sup>46</sup>

Ada tiga bentuk pemakaian merek yang dapat dikategorikan persamaan pada pokoknya, yakni :<sup>47</sup>

1. *Similarity in appearance* (kemiripan dalam hal penampilan), yang dalam arti dapat membingungkan dalam bentuk penggambaran.

contoh : ▲ = ▼

2. *Similarity in sound* (kemiripan bunyi/pengucapan), yang dalam arti dapat membingungkan dalam bentuk pengucapan.

---

<sup>46</sup> Ok. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, Hlm. 359.

<sup>47</sup> *Ibid.*, Hlm. 360.

contoh : Bally = Belly

3. *Similarity in concept* (kemiripan dalam konsep makna), di mana arti dalam suatu bentuk memiliki persamaan dalam pengucapan.

contoh : \* = star

Dalam hal untuk melancarkan produksi dan pemasaran produk-produknya, maka PT. Ratania Khatulistiwa perusahaan asal Surabaya memilih dan menentukan merek untuk produknya yakni 'ikea' yang merupakan singkatan dari Intan Khatulistiwa Esa Abadi. Dimana dalam penjelasan putusan dijelaskan uraian dari 'ikea' tersebut adalah:<sup>48</sup>

- i: Intan, akronim dari Industri Rotan;
- k: Khatulistiwa, merupakan bagian dari nama badan hukum Penggugat (PT. Ratania Khatulistiwa);
- e: Esa, yang berarti satu atau tunggal;
- a: Abadi, yang berarti kekal atau selamanya.

Menurut penulis penggunaan intan sebagai akronim dari industri rotan dapat menimbulkan kekeliruan, di mana jika masyarakat mengetahui secara minim maka yang dapat mereka simpulkan bahwa intan dalam kata "ikea" tersebut merupakan salah satu batu mulia. Seharusnya dalam pemilihan suatu merek seyogyanya menggunakan kata yang memiliki arti pasti dan jelas.

---

<sup>48</sup> Putusan Mahkamah Agung No. 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015), hlm. 3



Sedangkan, merek 'IKEA' milik Inter Ikea, B.V asal Swedia, merupakan singkatan dari:<sup>980</sup>

- I : Ingvard
- K : Kampard
- E : Elmtaryd
- A : Agunnaryd

Nama merek "IKEA" = Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd adalah nama dari pemilik atau penciptanya asal Swedia. Merek "IKEA" milik Inter Ikea System mempunyai ciri-ciri khas tersendiri, artinya merek "IKEA" bukan berasal dari kata umum yang dapat ditemukan dalam kamus bahasa manapun, oleh karena itu, merek "IKEA" disebut sebagai "merek yang ditemukan atau diciptakan" atau disebut juga dalam Bahasa Inggrisnya yaitu "*Coined Mark*" atau dikenal juga dengan istilah "*Invented Mark*". Ingvar Kamprad dan merek "IKEA" saling terkait atau melekat erat antara Ingvar Kamprad sebagai yang menciptakan dan menemukan nama merek "IKEA" sebagai nama merek asli yang tidak mempunyai arti dalam kamus bahasa manapun dan nama merek IKEA tersebut digunakan pula untuk nama perusahaannya.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor : 39 / Merek / 2011 / PN. Niaga. Jkt. Pst.

Lebih lanjut, ditinjau dari segi logo dari masing-masing perusahaan, secara kasat mata keduanya memiliki kemiripan.



Logo merek 'IKEA' milik Inter Ikea asal Swedia seperti pada gambar di atas bagian kiri merupakan logo 'IKEA' pada tahun 1967 dan logo terbaru sebagai berikut :



Kedua logo tersebut secara jelas memiliki kesamaan baik dalam bentuk penyusunan huruf, penggambaran visual, serta persamaan bunyi dalam pengucapan, maka hal ini telah melanggar fungsi dari merek tersebut. Menurut P.D.D. Dermawan, fungsi merek ada tiga, yaitu:<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Ok. Saidin, *Op.Cit*, hlm. 359. (dapat juga dilihat pada Ari Purwadi, *Aspek Hukum Perdata Pada Perlindungan Konsumen*, Yuridika, Majalah Fakultas Hukum Airlangga, Nomor 1 Dan 2, Tahun VII, Jan-Feb-Maret,Hlm.59).

Terminologi “persamaan secara keseluruhan (*identic*) terkait dengan teori identitas ganda (*double identity*) diatur dalam *Article 15 (1)* dan *Article 16 (1) TRIPs* dan *Article 5 (2) Paris Convention*. Dalam Undang-Undang Merek tidak ada penjelasan mengenai arti dari istilah “persamaan secara keseluruhan”. M. Yahya Harahap menyatakan bahwa:<sup>51</sup>

“persamaan pada keseluruhan adalah persamaan seluruh elemen. Persamaan yang demikian sesuai dengan doktrin *entires similiar* atau sama keseluruhan elemen.”

Dengan kata lain, merek yang diajukan pendaftarannya merupakan salinan (*copy*) atau reproduksi merek orang lain. Merek dapat disebut *copy* atau reproduksi merek orang lain, jika mengandung persamaan secara keseluruhan paling tidak harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Terdapat persamaan elemen secara keseluruhan termasuk elemen hurufnya;
- b. Persamaan jenis atau produksi kelas barang dan jasa;
- c. Persamaan wilayah dan segmen pasar;
- d. Persamaan pelaku pemakaian; dan
- e. Persamaan cara pemeliharaan

---

<sup>51</sup> M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hlm. 41-47. Bisa juga dibaca pada Rahmi Jened, *Hukum Merek*

Secara sederhana kriteria merek yang memiliki persamaan secara keseluruhan (*identical marks*) ada, apabila tanda memiliki persamaan secara keseluruhan dengan merek dan diterapkan untuk produksi sejenis yang telah dilindungi lebih dahulu dan perbuatannya dapat dikatakan pemalsuan (*counterfeiting*).<sup>106</sup> Selanjutnya, terminologi “persamaan pada pokoknya secara keseluruhan” atau “merek similiar” juga diatur dalam *Article 15 (1)* dan *Article 16 (1) TRIPs* dan *Article 5 (2) Paris Convention*.

Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan, atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan terdapat dalam merek-merek tersebut.<sup>52</sup>

Suatu merek dianggap mempunyai “persamaan pada pokoknya” dengan merek lain ditentukan dengan patokan lebih luwes dibanding doktrin *entires*. Dalam arti “persamaan pada pokoknya” (*similiar*), dianggap terwujud apabila merek hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain berdasarkan:<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Ahmadi Miru, *Op.Cit.* hlm. 16.

<sup>53</sup> Jened, Rahmi. *Interface Hukum Kekayaan Intelektual Dan Hukum Persaingan (Penyalahgunaan HKI)*. PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta. 2013

- a. Persamaan bunyi;
- b. Persamaan arti;
- c. Persamaan tampilan.

Suatu merek mirip atau *similiar* erat kaitannya dengan konsep “*a likelihood of confusion*”, faktor yang paling penting dalam doktrin ini ialah bahwa pemakaian merek yang memiliki “persamaan pada pokoknya” menimbulkan semacam persamaan membingungkan (*a likelihood of confusion*) atau menimbulkan persamaan asosiasi (*likelihood of association*) antara produsen yang terkait dengan merek tersebut, sehingga memiliki potensi menyesatkan (*decieve*) masyarakat konsumen. Konsumen akan menganggap bahwa merek tersebut diproduksi oleh sumber yang sama dengan barang milik orang lain<sup>54</sup>

#### C. Permasalahan pelanggaran Merek IKEA *SYSTEM B.V* oleh IKEA Surabaya

IKEA Swedia mendaftarkan sertifikat merek pada tahun 2010 yang kemudian mendapatkan sertifikat merek untuk 40 kelas termasuk kelas 20 mengenai perabot-perabot rumah, cermin-cermin, bingkai gambar, benda-benda (yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain), dari kayu, gabus, rumput, buluh, rotan, tanduk, tulang, gading balei, kulit kerang, amben, kulit mutiara, tanah liat magnesium dan bahan-bahan penggantinya, atau dari plastik serta kelas 21 mengenai perkakas dari wadah-wadah untuk

---

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm. 183.

rumah tangga atau dapur (bukan dari logam mulia atau yang dilapisi logam mulia); sisir-sisir dan bunga-bunga karang, sikat-sikat (kecuali kwas-kwas); bahan pembuat sikat; benda-benda untuk membersihkan; wol baja; kaca yang belum atau yang setengah dikerjakan (kecuali kaca yang dipakai dalam bangunan); gelas-gelas, porselin atau pecah belah dari tembikar yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain.

Berdasarkan Undang-Undang Merek, Penghapusan merek terdaftar dapat dilakukan oleh 3 pihak, yaitu:

1. penghapusan dilakukan oleh pemilik merek sendiri;
2. penghapusan dilakukan atas prakarsa Direktorat Merek; dan
3. penghapusan yang dilakukan atas perintah pengadilan berdasarkan gugatan dari pihak ketiga.

Pasal 35 Undang-Undang Merek mengatur mengenai jangka waktu perlindungan merek terdaftar yaitu selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu itu dapat diperpanjang. Jangka waktu ini jauh lebih lama dibandingkan dengan Pasal 18 Persetujuan TRIPs yang hanya memberikan perlindungan hukum atas merek selama 7 tahun dan setelah itu dapat diperbaharui lagi. Akan tetapi, dalam jangka waktu tersebut tidak tertutup kemungkinan adanya permohonan pembatalan ataupun penghapusan merek yang telah terdaftar, jika dalam jangka waktu tersebut terdapat pelanggaran merek.

Pada dasarnya, penghapusan merek terdaftar dilakukan jika merek tidak digunakan secara 3 (tiga) tahun secara berturut-turut dan jika merek digunakan tidak sesuai dengan yang didaftarkan, dimana ini sesuai dengan ketentuan Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Merek. Dengan demikian, permohonan penghapusan merek terdaftar oleh pihak ketiga yang memiliki merek yang mempunyai kesamaan pada keseluruhannya dengan merek yang terdaftar sesuai dengan sengketa merek 'IKEA'

Pasal 1 butir 1 Undang-undang Merek memiliki pengertian yaitu suatu 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 memiliki nilai yang sangat penting dalam mewujudkan suatu system perdagangan kompetitif yang sehat dan baik. Fungsi merek yaitu sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan lain (*product identity*), sarana promosi dagangan (*means of trade promotion*), jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*), penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*).

<sup>55</sup>Mengingat pentingnya suatu merek maka di dalam pasal 3 Undang-Undang Merek dikenal dengan adanya hak atas merek mengandung pengertian yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu

---

<sup>55</sup> Direktorat Jenderal HKI, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (Pertanyaan & jawabannya)*, Dirjen HKI Depkeh & HAM, Jakarta, 200, hlm. 42.

tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Berdasarkan Pasal tersebut jelas bahwa penggunaan merek tanpa adanya izin dari pemilik merek merupakan suatu bentuk pelanggaran. Jika suatu perusahaan tidak memiliki merek, maka peluang terjadinya suatu tindakan yang tidak beritikad baik ataupun suatu pelanggaran akan lebih banyak terjadi. Menurut O.K Saidin, praktik pelanggaran terhadap merek erat kaitannya dengan persaingan tidak jujur (*unfair competition*). Cara-cara yang dapat dilakukan dalam praktik terkait suatu pelanggaran merek, yaitu sebagai berikut:

1. Praktik peniruan merek dagang

Pengusaha yang beritikad tidak baik tersebut dalam hal persaingan tidak jujur semacam ini berwujud upaya-upaya penggunaan merek yang sudah dikenal masyarakat sehingga mere katas barang atau jasa yang diproduksi pada pokoknya sama dengan merek atau jasa yang sudah dikenal masyarakat. Untuk menimbulkan kesan seakan-akan barang yang diproduksinya tersebut adalah produk yang sudah dikenal masyarakat tersebut. Pengusaha yang melakukan praktik ini berharap bahwa kemiripan ini akan memperoleh keuntungan yang sangat besar tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk melakukan promosi memperkenalkan produknya tersebut.



## 2. Praktik pemalsuan merek dagang

Persaingan tidak jujur ini dilakukan oleh pengusaha yang beritikad tidak baik dengan cara memproduksi barang-barang dengan mempergunakan merek yang sudah dikenal dengan luas di masyarakat yang bukan merupakan haknya. Hal ini terkait dengan tidak adanya hak atas merek dikarenakan penggunaan merek tersebut tidak melalui izin dari pemilik merek.

## 3. Perbuatan-perbuatan yang dapat mengacukan publik berkenaan dengan sifat dan asal-usul merek.

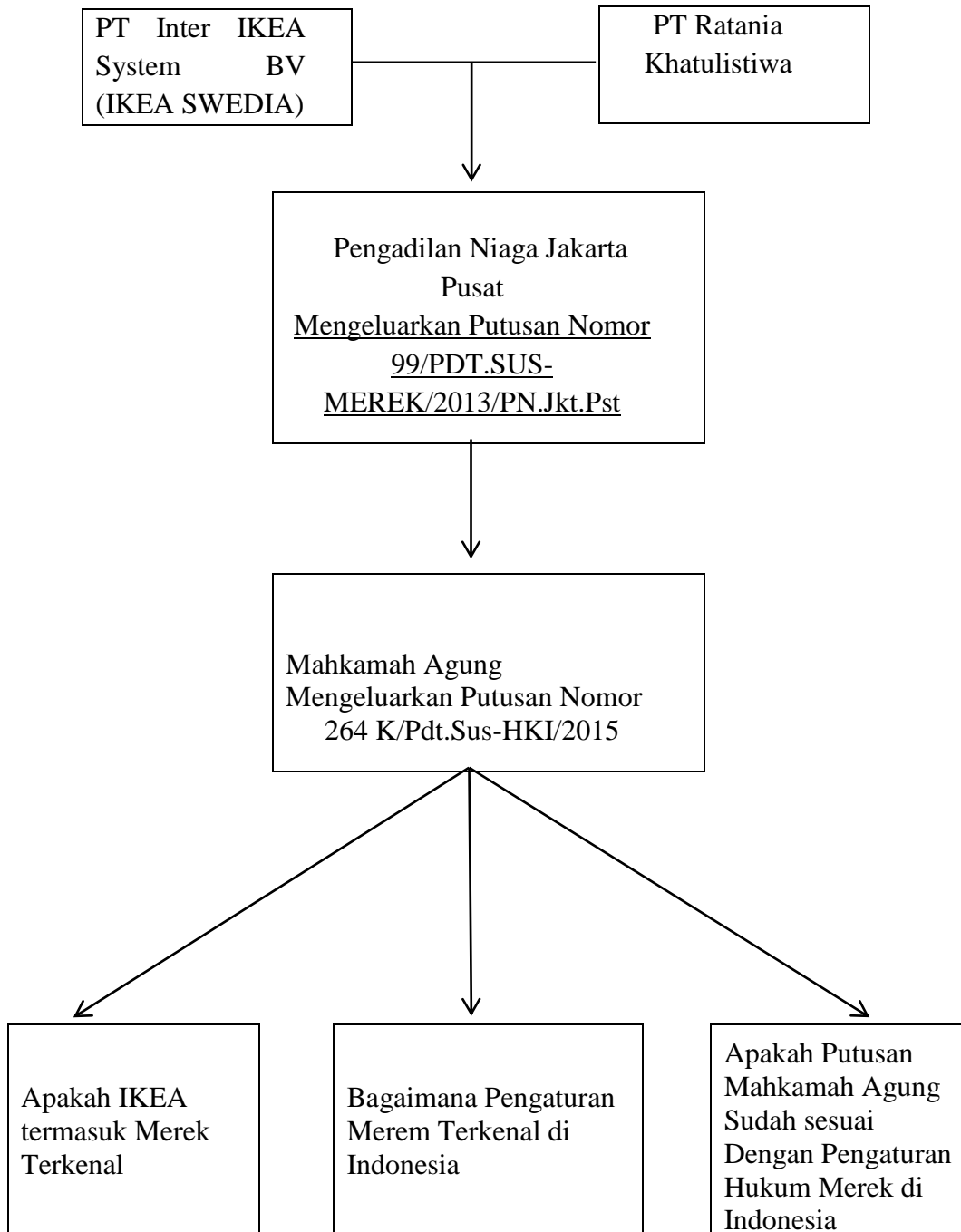
Terjadi karena adanya tempat atau daerah suatu Negara yang dapat menjadi kekuatan yang memberikan pengaruh baik pada suatu barang karena dianggap sebagai daerah penghasil jenis barang bermutu. Termasuk juga dalam kategori tidak jujur apabila pengusaha mencantumkan keterangan tentang sifat dan asal-usul barang yang tidak sebenarnya untuk mengetahui konsumen akan barang tersebut berasal dari daerah yang memiliki barang yang bermutu.

Praktik pelanggaran yang terjadi terhadap merek ini tentunya sangat merugikan konsumen dan para produsen yang sudah lebih dahulu memakai merek Ikea sebagai barang dagangan yang mereka pakai untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Praktik pelanggaran dalam proses penggunaan merek pada Ikea termasuk ke dalam pelanggaran sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek. Pelaku usaha tersebut tidak memiliki hak untuk menggunakan merek tersebut. Hal ini dikarenakan merek Ikea yang telah didaftarkan oleh salah satu masyarakat telah melanggar ketentuan yang telah diatur di dalam Undang-Undang Merek. Pihak yang menggunakan merek yang cukup dikenal masyarakat untuk dikomersialkan ke dalam bentuk barang dagangan tersebut akan merasa diuntungkan karena merek yang tertera dalam barang dagangan tersebut telah diterima oleh masyarakat serta dikenal dengan baik.

Pelaku usaha tersebut tidak perlu melakukan promosi untuk memperkenalkan produknya dan tentunya sudah pasti banyak konsumen yang tertarik terhadap reputasi merek yang sudah dikenal masyarakat tersebut. Tentang terkenal atau tidaknya suatu merek dapat didasarkan pada pengetahuan umum masyarakat mengenal merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan.

#### D. Skema Permasalahan



Berdasarkan Skema di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Secara singkat sengketa merek oleh IKEA Swedia bermula dari adanya pendaftaran sertifikat merek oleh IKEA Swedia pada tahun 2010 yang kemudian mendapatkan sertifikat merek untuk 40 kelas termasuk kelas 20 dan 21. Kemudian pada tahun 2012 IKEA Swedia melakukan registrasi ulang atas merek IKEA Swedia pada kelas 20 dan kelas 21 yang diterbitkan pada tahun 2014.

Pada tahun 2013, perusahaan mebel rotan asal Surabaya, PT Ratania Khatulistiwa, menggugat IKEA Swedia ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, bahwa produk merek IKEA Swedia untuk kelas 20 dan kelas 21 tidak pernah dijual atau diedarkan di toko furnitur di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena adanya 'merek tidur' ini, maka PT Ratania Khatulistiwa mendaftarkan merek IKEA miliknya pada 20 Desember 2013. PT Ratania Khatulistiwa menilai IKEA Swedia yang mengantongi sertifikat merek tertanggal 9 Oktober 2006 dan 27 Oktober 2010 dinilai 'menidurkan' mereknya selama tiga tahun berturut-turut dimana dasar hukum yang digunakan PT Ratania Khatulistiwa adalah pada Pasal 61 Ayat (1) Huruf a Undang-Undang Merek.

Pengadilan Niaga Jakarta Pusat kemudian mengabulkan gugatan PT Ratania Khatulistiwa pada tanggal 17 September 2014 dimana putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat menyatakan merek IKEA dimiliki oleh PT Ratania Khatulistiwa dan memerintahkan merek IKEA Swedia yang

berdiri sejak 1943 harus dicabut. Setelah diputusnya putusan tersebut kemudian IKEA Swedia mengajukan kasasi di Mahkamah Agung.

Mahkamah Agung kemudian mengeluarkan Putusan Nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015 yang menyatakan menolak permohonan kasasi pemohon dalam hal ini IKEA Swedia. Dengan demikian putusan Mahkamah Agung menguatkan Putusan Pengadilan Niaga Nomor 99/PDT.SUS-MEREK/2013/PN.Niaga.Jkt.Pst.