**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Penelitian**

Manusia merupakan makhluk yang kompleks karena memiliki peran sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi. Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat mengabaikan orang lain. Sebagai makhluk ekonomi, manusia memiliki kecenderungan untuk mementingkan diri sendiri. Meskipun demikian, kedua peran tersebut dapat berjalan seimbang jika manusia menjalankannya dengan nilai-nilai moral. Menurut Aristoteles, manusia adalah *zoon politicon*.[[1]](#footnote-1) Manusia tidak dilahirkan dalam keadaan yang sama, baik secara fisik, psikologis, hingga lingkungan geografis, sosiologis, maupun ekonomis. Sehingga dari perbedaan itulah muncul inter dependensi yang mendorong manusia untuk berhubungan dengan sesamanya.

Manusia dan hukum adalah dua entitas yang tidak dapat dipisahkan. Bahkan dalam ilmu hukum, terdapat adagium yang terkenal yang menyatakan *“Ubi societas ibi ius”.*[[2]](#footnote-2)Selain itu, manusia sebagai makhluk yang istimewa, untuk melengkapi kehidupannya, manusia harus bekerja keras dan berkarya. Karya tersebut dilakukan dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam kehidupannya. Abdulkadir Muhammad mengklasifikasikan kebutuhan manusia menjadi empat kelompok yaitu:[[3]](#footnote-3)

“1. Kebutuhan ekonomi

Kebutuhan ekonomi merupakan kebutuhan yang bersifat material, baik harta maupun benda yang diperlukan untuk kesehatan dan keselamatan hidup manusia.Kebutuhan ini misalnya sandang, pangan dan papan.

2. Kebutuhan psikis

Kebutuhan psikis, merupakan kebutuhan yang bersifat non material untuk kesehatan dan ketenangan manusia secara psikolgi, biasa juga disebut kebutuhan rohani seperti misalnya agama, pendidikan, hiburan dan lain-lain.

1. Kebutuhan biologis

Kebutuhan biologis, merupakan kebutuhan untuk kelangsungan hidup manusia dari generasi ke generasi.Kebutuhan ini sering disebut juga kebutuhan seksual yang diwujudkan dalam perkawinan, membentuk keluarga dan lain sebagainya.

4. Kebutuhan pekerjaan

Kebutuhan pekerjaan, merupakan kebutuhan yang bersifat praktis dan mewujudkan kebutuhan-kebutuhan yang lain. Kebutuhan pekerjaan ini misalnya adalah profesi, perusahaan dan lain sebagainya.”

Manusia dalam memenuhi kebutuhannya tersebut, dipaksa untuk berpikir dan berkreasi guna menghasilkan suatu karya baik itu barang atau jasa yang memiliki manfaat dan nilai jual. Semakin banyak kebutuhan manusia, maka semakin banyak pula manusia yang dituntut untuk menciptakan dan menghasilkan suatu karya dengan beragam kualitas, sehingga manusia dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Karena adanya nilai serta manfaat ekonomi tersebut, pada gilirannya timbul konsep karya-karya cipta intelektual sebagai kekayaan. Dalam ilmu hukum hak terhadap kekayaan yang timbul karena kemampuan intelektual manusia dikategorikan sebagai hak milik perorangan yang tidak berwujud. Dalam kerangka pengertian hak milik, apabila kekayaan itu memiliki wujud dengan jangkauannya meliputi bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra, maka hak terhadapnya termasuk dalam kelompok hak kekayaan intelektual. Pada Pasal 570 Kitab Undang-Undang Perdata (yang selanjutnya disebut KUHPer) menyebutkan hak milik adalah:

“Hak milik adalah hak untuk menikmati suatu barang secara lebih dan untuk berbuat terhadap barang itu secara bebas sepenuhnya, asalkan tidak bertentangan dengan undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh kuasa yang berwenang dan asal tidak mengganggu hak-hak orang lain; kesemuanya itu tidak mengurangi kemungkinan pencabutan hak demi kepentingan umum dan penggantian kerugian yang pantas, berdasarkan ketentuan-ketentuan perundang-undangan.”

Jika disimpulkan pembatasan-pembatasan terhadap hak milik menurut pasal 570 KUHPer adalah undang-undang atau peraturan lainnya, yang dimaksud dengan undang-undang disini adalah undang-undang dalam arti formil sedangkan peraturan umum lainya adalah peraturan yang berada di bawah undang-undang dan hak milik tidak mengganggu hak orang lain atau tidak menimbulkan gangguan.

Istilah kekayaaan intelektual adalah terjemahan dari *intellectual property right* yang merupakan istilah kolektif, dalam arti istilah ini mencakup tiga bidang pokok yaitu ciptaan, penemuan, dan merek. *Intellectual property rights* atau hak kekayan intelektual berada di bawah naungan WIPO (*Word intellectual Property Organization*)[[4]](#footnote-4), yang merupakan sebuah lembaga khusus dari PBB yang memiliki keahlian khusus dan pengalaman internasional dalam bidang hak atas kekayaan intelektual yang penting bagi masyarakat internasional. Tujuan umum WIPO sendiri adalah untuk memelihara dan meningkatkan penghargaan terhadap kekayaan intelektual di seluruh dunia, sehingga mendukung pengembangan perindustrian dan kebudayaan melalui pemberian semangat untuk melakukan kegiatan kreatif, pemberian kemudahan untuk alih teknologi dan penyebaran ciptaan.[[5]](#footnote-5)

Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) merupakan hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia. HKI memang menjadikan karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektual manusia yang harus dilindungi. Kemampuan intelektual manusia dihasilkan oleh manusia melalui daya, rasa, dan karsanya yang diwujudkan dengan karya-karya intelektual. Karya-karya intelektual juga dilahirkan menjadi bernilai, apalagi dengan manfaat ekonomi yang melekat sehingga akan menumbuhkan konsep kekayaan terhadap karya-karya intelektual.[[6]](#footnote-6)

Istilah HKI terdiri dari dua kata, yakni hak kekayaan dan intelektual. Hak kekayaan adalah kekayaan berupa hak yang mendapat perlindungan hukum, dalam arti orang lain dilarang menggunakan hak itu tanpa izin pemiliknya, sedangkan kata intelektual berkenaan dengan kegiatan intelektual berdasarkan kegiatan daya cipta dan daya pikir dalam bentuk ekspresi, ciptaan, dan penemuan di bidang teknologi dan jasa.[[7]](#footnote-7)

Pengaturan terhadap karya-karya intelektual ini tidak akan terlepas dari pengaruh internasional. Perlindungan HKI secara internasional semakin ketat dan penegakan hukumnya dapat dilaksanakan melalui suatu badan yang bernaung di dalam sistem *World Trade Organization* atau Organisasi Perdagangan Dunia (yang selanjutnya disebut WTO) yang disebut dengan Badan Penyelesaian Sengketa (*Dispute Settlement Body/ DSB*).[[8]](#footnote-8) Salah satu komponen pendirian WTO ialah Persetujuan TRIPs (*The Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*). Di dalam Persetujuan TRIPs tersebut menyepakati norma-norma dan standar perlindungan HKI yang meliputi:[[9]](#footnote-9)

“1. Hak Cipta dan hak-hak lain yang terkait (*Copyright and Related Rights*).

2. Merek (*Trademark, Service Marks and Trade Names*).

3. Indikasi Geografis (*Geographical Indications*).

4. Desain Produk Industri (*Industrial Design*).

5. Paten (*Patents*) termasuk perlindungan varitas tanaman.

6. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Lay Out Designs Topographics of Integrated Circuits*).

7. Perlindungan terhadap Informasi yang dirahasiakan (*Protection of Undisclosed Information*).

8. Pengendalian praktik-praktik persaingan curang dalam perjanjian lisensi (*Control of Anti Competitive Practices in Contractual Licences*).”

Pemerintah sangat menyadari bahwa implementasi sistem HKI merupakan suatu tugas besar. Terlebih lagi dengan keikutsertaan Indonesia sebagai anggota WTO dengan konsekuensi melaksanakan ketentuan *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPS), sesuai dengan Undang-undang No. 7 tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia).

Ada dua alasan mengapa HKI perlu dilindungi oleh hukum. Pertama alasan non ekonomis dan kedua alasan ekonomis. Alasan yang bersifat non ekonomis, menyatakan bahwa perlindungan hukum akan memacu mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual tersebut untuk terus melakukan kreatifitas intelektual. Bagi masyarakat hal ini akan berguna untuk meningkatkan perkembangan kehidupan mereka, sedangkan alasan yang bersifat ekonomis adalah dengan melindungi mereka yang melahirkan karya intelektual tersebut, berarti yang melahirkan karya tersebut mendapat keuntungan materiil dari karya-karyanya. Di lain pihak melindungi mereka dari adanya peniruan, pembajakan, penjiplakan, maupun perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh orang lain atas karya-karya mereka yang berhak.[[10]](#footnote-10) Hak-hak tersebut di dalam HKI diatur menjadi dua macam yaitu: pertama hak moral adalah hak-hak pribadi pencipta untuk dapat mencegah perubahan atas karyanya dan untuk tetap disebut sebagai pencipta karya tersebut.[[11]](#footnote-11) Kedua adalah hak ekonomi adalah hak untuk mengeskpoitasi ciptaanya untuk mendapatkan suatu keuntungan ekonomi.[[12]](#footnote-12)

Merek menjadi suatu hal yang sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image,* kualitas, atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Oleh karena itu, sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, bahkan seringkali merek suatu perusahaan lebih bernilai dibandingkan *asset riil* perusahaan tersebut.[[13]](#footnote-13)

Tujuan pemakaian merek adalah untuk memantapkan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu barang yang diperdagangkan. Selain dari itu, dimaksudkan untuk mengawasi batas-batas teritorial perdagangan suatu jenis barang.[[14]](#footnote-14) Peran serta Indonesia dalam bidang HKI sudah dimulai sejak tahun 1950, saat Indonesia meratifikasi Konvensi Paris, sebuah Perjanjian Internasional di bidang HKI. Indonesia juga menjadi negara peserta *World Trade Organization* (selanjutnya disebut WTO) pada saat organisasi tersebut didirikan pada tahun 1995, yang salah satu komponennya adalah *Trade Related Aspects of Intelectual Property Rights* (selanjutnya diseput TRIPs) atau aspek-aspek dagang yang terkait dengan HKI.

TRIPs memuat ketentuan-ketentuan substantif minimal yang harus diikuti oleh negara-negara anggotanya.[[15]](#footnote-15) Artinya TRIPs secara substantif menyumbang pada perkembangan sistem HKI Internasional. TRIPs menentukan adanya asas ketaatan penuh (*full compliance)* yang berarti negara-negara anggota harus membuat hukum nasional dalam bidang HKI sesuai dengan ketentuan TRIPs. Berdasarkan hukum internasional, persetujuan yang telah diratifikasi merupakan hukum nasional bagi negara itu sendiri.

Berdasarkan Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (yang selanjutnya disebut UU No. 15 Tahun 2001), merek merupakan suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur yang memiliki daya pembeda digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.[[16]](#footnote-16) Merek merupakan identifikasi terhadap suatu barang yang mempunyai karakteristik yang berkaitan dengan reputasi sehingga merek menjadi hal yang penting karena menunjukkan daya pembeda antara satu barang dengan barang yang lainnya. Merek dipergunakan sebagai tanda untuk mengenal barang-barang yang diperdagangkan, selain itu merek merupakan citra dari suatu perusahaan.

Di Indonesia, UU No. 15 Tahun 2001 dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta memberikan perlindungan hak atas merek dagang *(trade mark)* dan nama merek *(brand name)* kepada pemiliknya. Perlindungan ini setidaknya membuat pemilik merek terlindung dari kemungkinan pemalsuan merek oleh pihak-pihak lain.

Merek sangat penting dalam dunia perdagangan karena publik sering kali mengaitkan citra, kualitas atau reputasi suatu barang atau jasa dengan merek tertentu. Persaingan di dunia usaha yang semakin ketat mengharuskan adanya aturan hukum yang dapat melindungi segala aspek dari perlindungan merek. Sampai saat ini masih terdapat banyak celah untuk melakukan pelanggaran terhadap UU No. 15 Tahun 2001, sehingga masih saja terjadi tindakan-tindakan yang berpotensi merugikan kalangan produsen/ pengusaha yang telah membangun citra dan reputasi suatu bidang usaha. Salah satu pelanggaran terhadap merek adalah tindakan meniru, pemboncengan terhadap merek yang sudah terkenal.

Pemboncengan atau peniruan merek ini merupakan suatu tindakan persaingan curang (*unfair competition*) karena tindakan ini mengakibatkan pihak lain selaku pemilik merek yang telah mendaftarkan mereknya dengan itikad baik mengalami kerugian dengan adanya pihak yang secara curang membonceng atau mendompleng merek miliknya untuk mendapatkan jalan pintas agar produk atau bidang usahanya tidak memerlukan usaha membangun reputasi dan citra dari awal lagi.

Di Indonesia, keberadaan UU No. 15 Tahun 2001 dalam upaya melindungi merek baik yang telah terdaftar maupun akan didaftarkan ke dalam Daftar Umum Merek Indonesia, juga belumlah terasa efektivitasnya.[[17]](#footnote-17) Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya terlihat di pasaran bebas kemasan-kemasan dari sebuah produk menyerupai merek-merek terkenal atau merek-merek yang sudah di daftarkan yang digunakan oleh banyak pihak (baik barang maupun jasa), aktualisasinya merek-merek terkenal yang sudah didaftarkan dengan bebasnya dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang mempunyai itikad tidak baik melalui upaya-upaya pemalsuan, peniruan, maupun *passing off* (pemboncengan reputasi) dari merek yang sudah terkenal tersebut, sehingga hal ini menyebakan kebingungan bagi masyarakat luas.

Walaupun masalah merek di Indonesia telah diatur secara khusus melalui Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, namun masih banyak terjadi sengketa dan kasus-kasus dalam masalah merek. Kasus merek ini pada umumnya terjadi pada masalah peniruan merek terkenal. Salah satunya ialah dengan upaya peniruan merek yang sudah terkenal yang digunakan oleh pihak lain. Usaha-usaha curang ini dilakukan produsen agar produk dan barang dagangannya bisa laku di pasaran walaupun berkualitas rendah sehingga menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Munculnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang selanjutnya disebut UU No. 5 Tahun 1999 ) merupakan puncak dari berbagai upaya yang mengatur masalah persaingan antarpelaku usaha dan larangan melakukan praktik monopoli. Dalam sejarahnya upaya untuk membentuk hukum persaingan usaha telah dimulai sejak tahun 1970-an. Berbagai rancangan undang-undang dan naskah akademis telah dimunculkan, namun baru pada tahun 1998, sebagian karena desakan *International Monetary Fund* (IMF).[[18]](#footnote-18) Indonesia harus membentuk undang-undang yang mengatur masalah persaingan secara serius dilakukan.

Keinginan untuk adanya pembentukan undang-undang tentang persaingan usaha ini didorong oleh munculnya praktik-praktik perdagangan yang tidak sehat, terutama karena penguasa sering memberikan perlindungan ataupun *previlage* kepada para pelaku bisnis tertentu, sebagai bagian dari praktik-praktik kolusi, korupsi, kroni dan nepotisme. Di samping merupakan tuntutan nasional, adanya UU No. 5 Tahun 1999 juga merupakan tuntutan kebutuhan yuridis dalam hubungan bisnis antar bangsa.[[19]](#footnote-19) Dengan munculnya era globalisasi ekonomi, yang mengandung makna semakin meningkatnya ketergantungan antarbangsa di berbagai bidang ekonomi, mengharuskan setiap bangsa untuk menaati peraturan baku dalam bisnis antar bangsa, sebagai konsekuensi WTO, APEC, AFTA NAFTA, EC, dan lain sebagainya.

Sebagai contoh kasus dalam perbuatan persaingan usaha tidak sehat adalah kasus KAO Corporation. VS. PT Sintong Abadi.[[20]](#footnote-20) KAO Corporation adalah suatu perusahaan yang didirikan di negara Jepang yang mempunyai Merek Dagang BIORE yang terdaftar pada Jenis Barang 03.[[21]](#footnote-21) Merek BIORE memiliki sejarah penggunaan yang panjang sebagai merek terkenal di negara asalnya Jepang maupun di Indonesia. Penggunaan merek dagang BIORE telah digunakan di Indonesia sejak bulan Februari 1980.[[22]](#footnote-22) Sementara itu P.T. Sintong Abadi mendaftarkan merek BIORF kedalam Daftar Umum Merek Direktorat Jenderal HAKI. Merek BIORF memiliki persamaan bentuk, cara penempatan dan cara penulisan yang sama dengan merek dagang BIORE, adapun nilai pembeda dalam Merek BIORF sangat kecil, perbedaanya yaitu satu garis kecil pada huruf E dan F. Antara merek BIORE dan merek BIORF, tidak cukup dapat dibedakan secara pengucapan. Pengucapan BIORF sebagai BIOREF secara fonetik diucapkan bi-yo-ref dan BIORE dibaca bi-yo-re, membuktikan adanya kesan yang sama dalam pengucapan. Dalam kasus tersebut, dapat kita indikasikan adanya pemboncengan reputasi/ membonceng pada ketenaran merek terkenal, yaitu merek BIORE.

Persaingan usaha, pada umumnya adalah baik, karena dapat mendorong produsen atau pengusaha untuk menambah hasil produksi, mempertinggi mutu/ kualitas barang, memperlancar produksi dalam dunia perdagangan. Selain dapat menguntungkan produsen/ pengusaha, persaingan usaha juga menguntungkan konsumen, masyarakat dan negara. Tetapi jika persaingan usaha tersebut mulai memasuki ke dalam keadaan persaingan tidak sehat (*unfair competition*), dimana produsen/ pengusaha mulai menjatuhkan lawannya untuk keuntungan sendiri tanpa mengindahkan kerugian yang diderita pihak lain, dengan cara persaingan yang tidak jujur, melawan hukum, atau setidak-tidaknya perbuatan yang dilakukan pelaku usaha tersebut dapat menghambat persaingan usaha.[[23]](#footnote-23) Seperti kasus pemboncengan reputasi/ membonceng ketenaran merek terkenal, yaitu merek BIORE dan BIORF, maka ini adalah salah satu titik awal dari keburukan suatu kompetitif yang menjurus pada pelanggaran hukum.[[24]](#footnote-24)

Tujuan yang hendak dicapai dengan dibuatnya UU No. 5 Tahun 1999 adalah untuk menjaga kelangsungan persaingan (*competition*). Persaingan perlu dijaga eksistensinya demi terciptanya efisiensi, baik bagi masyarakat konsumen maupun bagi setiap perusahaan. Pada Pasal 3 UU No. 5 Tahun 1999 menetapkan tujuan pembentukan undang-undang tersebut, yaitu:

“1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;

2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;

3. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha;

4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.”

Pada penjelasan umum atas UU No. 5 Tahun 1999 disebutkan pula mengenai tujuan pembentukan Undang-Undang Persaingan Usaha tersebut antara lain:

“Undang-undang ini disusun berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Tahun 1945, serta berasaskan kepada demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan tujuan untuk: menjaga kepentingan usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat, dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang; mencegah praktik-praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha; serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.”

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai sebagaimana dirinci dalam Undang-Undang No. 15 Tahun 1999 tersebut, antara lain juga efisiensi, baik berupa apa yang disebut *allocative efficency* adalah efisiensi dalam ekonomi nasional maupun *productive efficiency* efisiensi dalam kegiatan usaha.[[25]](#footnote-25) Praktik bisnis yang tidak jujur dapat diartikan sebagai segala tingkah laku yang tidak sesuai dengan itikad baik, kejujuran di dalam berusaha. Praktik bisnis yang tidak jujur itu dilarang karena dapat mematikan persaingan yang sebenarnya ataupun merugikan perusahaan pesaing secara tidak wajar/ tidak sehat dan juga dapat merugikan konsumen. Karena itu praktik yang tidak jujur harus dibasmi.Perlu ditanamkan kepada pelaku-pelaku ekonomi sejumlah ketentuan hukum dan aturan-aturan etis dalam berusaha (etika bisnis).[[26]](#footnote-26) Berdasarkan uraian di atas terdapat beberapa permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut sehingga penulis tertarik untuk melakukan pembahasan dan penelitian dalam bentuk tesis dengan judul: **“AKIBAT HUKUM PRAKTIK *PASSING OFF* (PEMBONCENGAN REPUTASI) PADA MEREK TERHADAP PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT.”**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang maka permasalahan yang akan dibahas dalam tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaturan Pelanggaran Praktik *Passing Off* (Pemboncengan Reputasi) Terhadap Merek Dagang Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan?
2. Bagaimana Pengaturan dan Pemberian Sanksi terhadap Pelanggaran *Passing Off* (Pemboncengan Reputasi) Terhadap Merek Dagang Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan?
3. Bagaimana Akibat Hukum bagi Pemilik Merek Dagang Dengan Adanya Perbuatan *Passing Off* (Pemboncengan Reputasi) Untuk Mewujudkan Korelasinya dengan Prinsip Kepastian Hukum?
4. **Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan Identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pelanggaran praktik *passing off* (pemboncengan reputasi) terhadap merek dagang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.
2. Untuk menjelaskan pengaturan dan sanksi perbuatan praktik *passing off* (pemboncengan reputasi) terhadap merek berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menetukan akibat hukum bagi pemilik merek dagang terhadap praktik *passing off* (pemboncengan merek) di Indonesia.
4. **Kegunaan Penelitian**
   * 1. **Secara Teoritis**
        1. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan perkembangan ilmu hukum khususnya mengenai persaingan usaha.
        2. Untuk masukan bagi penyempurnaan undang-undang khususnya mengenai pengaturan yang lebih lengkap tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
5. **Secara Praktis** 
   1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia usaha pada umumnya terutama untuk mencari solusi, bagaimana penyelesaian permasalahan hukum *passing off* (pemboncengan reputasi) dalam persaingan usaha.
   2. Memberikan sumbangan pemikiran bagi mereka yang ingin mengetahui dan mendalami bidang hukum kompetisi dalam bisnis, khususnya mengenai persaingan usaha
      1. **Kerangka Pemikiran**

Alinea keempat Pembukaan Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Amandemen ke IV (untuk selanjutnya disingkat UUD 1945) menyebutkan bahwa tujuan dari negara adalah melindungi bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Berbagai upaya tentunya harus dapat ditempuh oleh pemerintah agar tujuan yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945 ini dapat sejalan dengan kenyataan. Pasal 33 UUD 1945 menyebutkan:

“1. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.

2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.

3. Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

4. Perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional

5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.”

Untuk menjalankan tujuan dari negara tesebut pemerintah memerlukan sebuah perangkat hukum untuk melegetimasi kebijakan yang telah ditetapkannya. Pada dasarnya hukum adalah sebuah aturan yang sengaja diciptakan oleh masyarakat agar tercapai kehidupan yang tertib, aman, damai, dan tentram. Hukum yang baik adalah hukum yang mencerminkan nilai-nilai yang hidup di dalam masyarakat. Seperti yang tertuang dalam mahzab *Sociological-Jurisfrudence*, yang memfokuskan kepada diri dan pentingnya *the living law*, atau hukum yang hidup dalam masyarakat.[[27]](#footnote-27)

Sila Kelima Pancasila yang memuat konsep keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia serta Sila Ketiga Pancasila yang memuat konsep Persatuan Indonesia juga dapat dijadikan pedoman dalam pembahasan ini. Prinsip ’keadilan sosial’ perlu dikedepankan dalam upaya mengakomodir perlindungan bagi pemegang merekdagang di Indonesia.

Perlindungan hukum (*legal protection*) dapat diartikan sebagai hal atau perbuatan melindungi. Berdasarkan pengertian perlindungan hukum tersebut, secara lebih jelas bahwa perlindungan dijamin dan diberikan oleh hukum. Dengan kata lain, bahwa perlindungan hukum yang diberikan tersebut yang dilakukan dengan melalui ketentuan-ketentuan hukum agar terciptanya kepastian dan tertib hukum dalam rangka memberikan perlindungan.

Pada dasarnya HKI sulit untuk didefinisikan. Meskipun demikian, uraian mengenai HKI dapat digambarkan secara umum. HKI adalah kekayaan pribadi yang dapat dimiliki dan diperlakukan sama dengan bentuk-bentuk kekayaan lainnya. Jadi, HKI pada umumnya berhubungan dengan perlindungan penerapan ide dan informasi yang memiliki nilai komersial.[[28]](#footnote-28)

Pengaturan internasional HKI adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem pengaturan HKI Indonesia. Standar HKI internasional telah menjadi sebuah sumber yang penting bagi hukum HKI Indonesia, dan sistem administrasi internasional memberikan sumbangan kepada sistem administrasi HKI di Indonesia. Indonesia juga telah menjadi peserta aktif dalam banyak pengembangan HKI internasional saat ini, khususnya melalui keikutsertaannya sebagai negara peserta dalam Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan Organisasi HKI Dunia (WIPO).[[29]](#footnote-29)

Pasal 1.2 TRIPs *Agreement* menyatakan bahwa HKI terdiri dari:

“1. Hak Cipta dan Hak Terkait;

2. Merek Dagang;

3. Indikasi Geografis;

4. Desain Industri;

5. Paten;

6. Tata Letak (Topografi) Sirkuit Terpadu;

7. Perlindungan Informasi Rahasia;

8. Kontrol terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perjanjian Lisensi.”

Pada dasarnya tujuan hukum HKI adalah memberi kejelasan hukum, memberikan penghargaan atas suatu karya intelektual, mempromosikan invensi atau ciptaan, merangsang terciptanya upaya alih informasi serta alih teknologi dan memberikan perlindungan terhadap kemungkinan ditiru.[[30]](#footnote-30) Dalam rangka pelaksanaan kesepakatan pembentukan WTO, Indonesia telah memiliki perangkat peraturan perundang-undangan di bidang HKI yang cukup memadai dan tidak bertentangan dengan ketentuan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam Persetujuan TRIPS. Peraturan perundang-undangan dimaksud mencakup :

1. Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta;

2. Undang-Undang No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman;

3. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;

4. Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri;

5. Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;

6. Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten (UU Paten);

7. UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek;

Hukum HKI merupakan sebuah bentuk kompensasi dan dorongan bagi orang untuk mencipta, dan maka dari itu HKI perlu dilindungi. Berikut ini terdapat 5 (lima) teori dasar perlindungan HKI yang dikemukakan oleh Robert C. Sherwood, yaitu:[[31]](#footnote-31)

* 1. *Reward Theory*

*Reward Theory* memiliki makna yang sangat mendalam, yaitu pengakuan terhadap karya intelektual yang telah dihasilkan oleh penemu/ pencipta/ pendesain sehingga ia harus diberi penghargaan sebagai imbangan atas upaya kreatifnya dalam menemukan/ menciptakan karya intelektualnya.

* 1. *Recovery Theory*

Dalam *Recovery Theory*, dinyatakan bahwa penemu/ pencipta/ pendesain yang telah mengeluarkan waktu, biaya, serta tenaga untuk menghasilkan karya intelektualnya harus memperoleh kembali apa yang telah dikeluarkannya.

* 1. *Incentive Theory*

Dalam *Incentive Theory* dikaitkan hubungan antara pengembangan kreativitas dengan memberikan insentif kepada penemu/ pencipta/ pendesain. Berdasarkan teori ini, insentif perlu diberikan untuk mengupayakan terpacunya kegiatan-kegiatan penelitian yang berguna.

* 1. *Risk Theory*

Dalam *Risk Theory* dinyatakan bahwa karya mengandung resiko. HKI merupakan hasil penelitian mengandung risiko yang memungkinkan orang lain yang terlebih dahulu menemukan caratersebut atau memperbaikinya. Atas dasar itu, adalah wajar memberikan bentuk perlindungan hukum terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung risiko tersebut.

* 1. *Economic Growth Stimulus Theory*

Dalam *Economic Growth Stimulus Theory* diakui bahwa perlindungan atas HKI merupakan alat pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi adalah keseluruhan tujuan dibangunnya sistem perlindungan atau HKI yang efektif.

Sistem perlindungan dalam HKI terbagi atas dua sistem, yaitu sistem pendaftaran deklaratif dan sistem pendaftaran konstitutif. Sistem pendaftaran deklaratif adalah suatu sistem dimana yang memperoleh perlindungan hukum adalah pemakai pertama dari merek yang bersangkutan.[[32]](#footnote-32) Pendaftaran merek dengan sistem deklaratif ini mengandung ketidakpastian hukum, sebab pendaftaran suatu merek sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila ada pihak lain yang dapat membuktikan sebagai pemilik pertama dari merek yang telah didaftarkan. Oleh karena itulah, pendaftaran dengan sistem deklaratif di Indonesia telah tidak lagi digunakan sejak berlakunya Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 tentang Merek yang telah diperbaharui oleh Undang-Undang No 15 Tahun 2001.

Merek dengan sistem konstitutif, pendaftaran merupakan keharusan agar dapat memperoleh hak atas merek. Tanpa pendaftaran negara tidak akan memberikan hak atas merek kepada pemilik merek. Hal ini berarti tanpa mendaftarkan merek, seseorang tidak akan diberikan perlindungan hukum oleh negara apabila mereknya ditiru oleh orang lain. Pendaftaran merek yang digunakan di Indonesia sejak Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 adalah sistem Konstitutif. Pada sistem Konstitutif ini perlindungan hukumnya didasarkan atas pendaftar pertama yang beritikad baik.[[33]](#footnote-33) Pasal 4 UU No. 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan oleh pemohon yang tidak beritikad baik.

HKI juga merupakan sumber kekayaan material dan imaterial. Dikatakan sebagai sumber kekayaan material karena mempunyai nilai ekonomi bagi pemiliknya, sedangkan dikatakan sebagai sumber kekayaan imaterial karena dapat mendatangkan keuntungan ekonomi yang tinggi dan bernilai mahal apabila digunakan untuk memasarkan suatu produk industri tertentu. Nilai tinggi atau mahal itu selalu dikaitkan dengan kualitas dari produk tersebut yang di mata konsumen diberikan dalam bentuk suatu merek terkenal yang melekat pada barang dagangan.

Pada setiap merek melekat nilai (keuntungan) ekonomi yang selalu dimanfaatkan tidak hanya oleh pemilik merek, melainkan juga oleh pihak yang ingin menarik keuntungan dari pemakaian merek terutama merek terkenal. Perkembangan ekonomi dan industri memerlukan perangkat hukum yang berdaya guna dalam memberikan perlindungan. Sanksi merupakan salah satu alat yang berdaya guna untuk memberikan perlindungan suatu merek, atau perlindungan secara umum terhadap hak milik intelektual, yang bukan semata-mata berpihak terhadap kepentingan para pengusaha saja, agar terjadi kompetisi yang sehat atau tercipta kondisi etika bisnis yang baik, tetapi juga untuk melindungi kepentingan masyarakat atau konsumen.[[34]](#footnote-34)

Memperhatikan hubungan antara UU No. 5 Tahun 1999 dengan materi HKI secara umum, karakteristik penting dari HKI adalah sebagai berikut :

1. HKI bernilai komersial;
2. HKI adalah hak-hak pribadi yang dapat dilisensikan kepada orang lain;
3. HKI memberikan hak monopoli, yaitu hak untuk mencegah orang lain mempergunakan haknya tanpa izin.

Pemboncengan merek dalam *common law system* dikenal dengan istilah *passing off*. *Passing off* merupakan upaya hukum yang dilakukan pemilik merek yang belum didaftarkan untuk melindungi mereknya dari penggunaan oleh pihak lain. Dengan demikian, *passing off* mencegah orang-orang melakukan dua hal, yaitu:

1. Menampilkan/ menyebabkan anggapan bahwa barang/ jasanya adalah barang/ jasa orang lain; dan
2. Menimbulkan anggapan bahwa barang atau jasanya ada hubungan dengan barang/ jasa penggugat.

Perwujudan *passing off* (pemboncengan reputasi) di Indonesia dinyatakan dalam Pasal 6 ayat (1) huruf b UU No. 15 Tahun 2001 mengenai merek terkenal, yang menyatakan:

“Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau sejenisnya.”

Termasuk dalam pengertian *passing off* ini adalah persoalan *packaging. Packaging* atau kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:[[35]](#footnote-35)

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan juga dapat mangurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam pengiriman.

*Packaging* dapat digunakan untuk membedakan suatu merek tertentu,tetapi apabila terdapat *packaging* yang serupa sehingga dapat menimbulkan kebingungan publik untuk menentukan asal-usul suatu produk, maka hal tersebut dapat mengindikasikan adanya persaingan curang (*unfair competition*). UU No. 5 Tahun 1999 memberi arti kepada persaingan usaha tidak sehat sebagai suatu persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara-cara yang tidak jujur atau dengan melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.[[36]](#footnote-36) Dengan demikian, UU No. 5 Tahun 1999 berusaha untuk mencegah monopoli perdagangan dan praktik-praktik komersial yang menghambat dan mencegah persaingan pasar.

Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan asas demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Pasal 3 UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan pula bahwa:

Tujuan pembentukan Undang-undang ini adalah untuk :

“1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;

2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;

3. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan

4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.”

UU No. 5 Tahun 1999 melindungi konsumen dan masyarakat dari pemanfaatan kepentingan dagang yang kuat. Hukum persaingan menganggap bahwa alokasi sumber daya yang paling jujur dan paling efisien di dalam pasar akan diperoleh melalui persaingan yang nyata. Persaingan tersebut hanya dapat diperoleh jika praktik-praktik yang bersifat penipuan dan anti kompetitif dilarang oleh kekuatan hukum.

Dalam literatur ilmu hukum persaingan, biasanya yang diartikan anti persaingan sehat adalah dampak negatif tindakan tertentu terhadap:[[37]](#footnote-37)

1. Harga barang dan/atau jasa;
2. Kualitas barang dan/atau jasa;
3. Kuantitas barang dan/atau jasa.

Sifat monopoli yang melakat pada HKI dapat menciptakan permasalahan tertentu jika HKI tersebut disalahgunakan. Hak-hak eksklusif menguntungkan orang yang mencipta HKI, tetapi dapat menjadi sesuatu yang merugikan para konsumen.

Di dalam tataran teori, UU No. 15 Tahun 2001 dan UU No. 5 Tahun 1999 dipandang sebagai ketentuan hukum yang saling mengisi untuk keharmonisan sistem hukum nasional Indonesia, dimana praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang timbul akibat adanya perbuatan *passing off* (pemboncengan reputasi) adalah kondisi yang hendak dicegah melalui hukum persaingan usaha. Ada dua pendekatan dalam UU No. 5 Tahun 1999 yaitu pendekatan *per-se rule* dan *rule of reason. Per-se rule*, adalah tindakan yang diterapkan terhadap praktik yang secara natural merupakan pelanggaran terhadap undang-undang anti monopoli, sedangkan pendekatan *rule of reason* adalah pendekatan yang digunakan oleh lembaga otoritas persaingan usaha untuk membuat evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan usaha tertentu, guna menentukan apakah perjanjian atau kegiatan tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan.[[38]](#footnote-38)

UU No. 15 Tahun 2001 dan UU No. 5 Tahun 1999 pun memiliki tujuan kebijakan yang sama. Kesamaan yang dimiliki oleh kedua rezim hukum tersebut diantaranya ialah pada tujuannya yaitu untuk memajukan sistem perekonomian nasional di era perdagangan bebas dan globalisasi, mendorong inovasi dan kreatifitas, serta untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

* + - 1. **Metode Penelitian**
      2. **Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini bersifat *deskriptif analitis*, yang dimaksudkan untuk memberikan data atau gambaran seteliti mungkin mengenai objek dan permasalahan. Gambaran tersebut berupa fakta-fakta disertai analisis yang akurat mengenai peraturan perundang-undangan yang berlaku yang kemudian dihubungkan dengan teori-teori hukum dan praktik pelaksanaan hukum positif.

* + - 1. **Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif,[[39]](#footnote-39) yang diperlukan untuk menulusuri dan mengkaji Peraturan Perundang-Undangan seperti UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

* + - 1. **Tahap Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu:

1. **Penelitian kepustakaan *(library research)*** yaitu metode pengumpulan data dengan mencari objek yang akan diteliti dengan membaca, mempelajari, dan mencatat hal-hal yang penting dari buku-buku kepustakaan yang tersedia dan ada hubungannya dengan penulisan tesis ini kemudian dicari kesimpulan dengan melakukan perbandingan antara yang satu dengan lainnya. Dalam kegiatan kepustakaan ini, peneliti berusaha untuk mencari pengertian-pengertian dasar tentang *passing off* (pemboncengan reputasi), serta keterkaitanya dengan persaingan usaha tidak sehat.
2. **Penelitian lapangan *(field research)*** yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung yakni dengan mencari data dari pihak-pihak yang ada hubungannya dengan penulisan tesis ini. Dalam kegiatan ini, peneliti berusaha untuk mencari kasus tentang praktik *passing off* (pemboncengan reputasi)yang salah satunya adalah kasus Merek dagang BIORE.
3. **Teknik Pengumpulan Data**

Sesuai dengan metode pendekatan yang digunakan, maka teknik pengumpulan data dilakukan melalui :

1. **Studi Dokumen**

Dilakukan dengan cara mempelajari data-data sekunder yang telah diperoleh guna memperjelas perbuatan *passing off* serta perlindungannya dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

1. **Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk mencari keterangan sejelas-jelasnya kepada KasubditPelayanan Hukum Direktorat Merek di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

1. **Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis kualitatif yaitu menganalisis data yang diperoleh dari penelitian yang bersifat uraian, teori-teori, serta pendapat dari para sarjana. Data yang diperoleh disusun secara kualitatif untuk mencapai kejelasan masalah yang dibahas dengan tidak menggunakan rumus dan model matematis ataupun statistik, kemudian data primer digunakan untuk menunjang data sekunder untuk menarik suatu kesimpulan yang dianalisis sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, maka penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan bahwa peraturan yang satu dengan yang lain tidak boleh bertentangan. Peraturan yang lebih rendah kedudukannya berdasarkan peraturan yang lebih tinggi, mencari kepastian hukum dan harus memperhatikan hukum yang hidup dalam masyarakat (*living law*).

Pengolahan dan analisis data pada dasarnya tergantung pada jenis datanya, bagi penelitian hukum normatif yang hanya mengenal data sekunder saja, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, maka dalam mengolah dan menganalisis data tidak bisa lepas dari berbagai penafsiran hukum.[[40]](#footnote-40)

1. **Lokasi penelitian**
   * + - 1. **Kepustakaan;**

Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Pasundan Jalan Lengkong Dalam No. 17 Bandung;

CISRAL (*Center of Information Scientific Resources and Library*) Universitas Padjajaran;

Perpustakaan Mochtar Kusumaatmadja Fakultas Hukum Universita Padjajaran, Jalan Dipati Ukur No. 35 Bandung;

Perpustakaan Daerah Kota Bandung, Jl. Soekarno Hatta.

* + - * 1. **Lapangan**

Pegadilan Negeri Jakarta Pusat, Jln. Gajah Mada No 17 – Jakarta Pusat.

1. Manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat, yang artinya manusia selalu berusaha berinteraksi dengan orang lain. Mansyur Semma, *Negara dan Korupsi*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008, hlm 2 [↑](#footnote-ref-1)
2. Marcus Tullius Cicero (106-43 SM) mengungkapkan istilah ini yang mempunyai arti dimana ada masyarakat di situ ada hukumnya. Darji Darmodiharjo, *Filsafat Hukum,* PT. Gramedia, Jakarta, 2006, hlm 207 [↑](#footnote-ref-2)
3. Danyra4u, “Manusia dan Kebutuhannya”, [*http://dany-ira.blogspot.com/2010/01/manusia-dan-kebutuhannya.html*](http://dany-ira.blogspot.com/2010/01/manusia-dan-kebutuhannya.html) diunduh pada tanggal 15 Januari 2014, pukul 20.32 WIB [↑](#footnote-ref-3)
4. Harsono Adi Sumarto, *Hak Milik Intelektual Khusunya Paten, dan Merek,* Akademik Presindo, Jakarta 1990, hlm 1 [↑](#footnote-ref-4)
5. Sanusi Bintang, *Hukum Hak Cipta,*  PT. Citra aditya Bakti, Bandung, 1998, hlm 69 [↑](#footnote-ref-5)
6. Suyud Margono, *Komentar Atas Undang-Undang Rahasia Dagang, Desain Industri, Desain Letak Sirkuit Terpadu*, CV. Novindo Pustaka Mandiri, Jakarta 2001, hlm 4 [↑](#footnote-ref-6)
7. Elsi Kartika Sari & Advendi Simanunsong, *Hukum Dalam Ekonomi,* Grasindo, Jakarta, 2007, hlm 112 [↑](#footnote-ref-7)
8. Tim Lindsey, *et all*, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, PT Alumni, Bandung, 2006, hlm 23 [↑](#footnote-ref-8)
9. Sudargo Gautama, *Hak Milik Intelektual dan Perjanjian Internasional, TRIPs, GATT, Putaran Uruguay (1994)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm 17 [↑](#footnote-ref-9)
10. Ranti Fauza Mayana, *Perlindungan Desain Industri di Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas,* Grasindo, Jakarta, 2004, hlm 16-17 [↑](#footnote-ref-10)
11. Tim Lindsey, *op.cit,* hlm 118 [↑](#footnote-ref-11)
12. Ranti Fauza Mayana, *op.cit,* hlm 77 [↑](#footnote-ref-12)
13. Tim Lindsey*,*op.cit, hlm 131 [↑](#footnote-ref-13)
14. Julius Rizaldi, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang,* PT Alumni, Bandung, 2009, hlm 2 [↑](#footnote-ref-14)
15. Achmad Zen Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs,* PT Alumni, Bandung, 2005, hlm 63 [↑](#footnote-ref-15)
16. Ahmadi Miru, *Hukum Merek,* PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm 7 [↑](#footnote-ref-16)
17. Julius Rizaldi, *op.cit,*hlm 20 [↑](#footnote-ref-17)
18. Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia,* Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm 1 [↑](#footnote-ref-18)
19. *Ibid*, hlm 6 [↑](#footnote-ref-19)
20. Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 2/Merek/2012/PN.Niaga.Jkt.Pst., tanggal 24 Mei 2012 [↑](#footnote-ref-20)
21. Kelas Barang atau Jasa berdasarkan Lampiran Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 Tanggal 31 Maret 1993, Kelas 3 terdiri dari: sabun-sabun, busa-busa untuk membersihkan, wangi-wangian, kosmetika, shampo-shampo, sediaan-sediaan untuk membersihkan rambut, sediaan-sediaan untuk perawatan rambut. [↑](#footnote-ref-21)
22. Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia No.590K/Pdt.Sus/2012 [↑](#footnote-ref-22)
23. Rachmadi Usman, *op.cit,* hlm 88 [↑](#footnote-ref-23)
24. H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual,* PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm 41 [↑](#footnote-ref-24)
25. Rachmadi Usman, *op.cit*, hlm 92 [↑](#footnote-ref-25)
26. *Ibid,* hlm 89 [↑](#footnote-ref-26)
27. Yesmil Anwar & Adang, *Pengantar Sosiologi Hukum,* PT. Grasindo, Jakarta, 2008, hlm 124 [↑](#footnote-ref-27)
28. Tim Lindsay, *op.cit*, hlm 3 [↑](#footnote-ref-28)
29. *Ibid*, hlm 24 [↑](#footnote-ref-29)
30. Ryuhai, “*Apa itu HKI?”*, [*http://r1vky.wordpress.com/2008/12/16/apa-itu-hki/*](http://r1vky.wordpress.com/2008/12/16/apa-itu-hki/)diunduh pada tanggal 16 Januari 2014, pukul 20:23 WIB [↑](#footnote-ref-30)
31. Sudaryat, Sudjana, dan Rika Ratna Permata, *Hak Kekayaan Intelektual*, Oase Media, Bandung, 2010, hlm 19-20 [↑](#footnote-ref-31)
32. Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, *Hukum Merek Indonesia*, PT,Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm 20 [↑](#footnote-ref-32)
33. Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia,* PT.Alumni, Bandung, 2003, hlm 326 [↑](#footnote-ref-33)
34. Yoshihiro Sumida-Insan Budi Maulana, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia-Jepang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta,1994, hlm 21 [↑](#footnote-ref-34)
35. Christine Suharto Cenadi, “PERANAN DESAIN KEMASAN DALAM DUNIA PEMASARAN”, [*http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/03/dkv00020203.pdf*](http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/03/dkv00020203.pdf),diunduh pada tanggal 16 Januari 2014, pukul 22.45 WIB [↑](#footnote-ref-35)
36. Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia,* Kencana, Jakarta, 2008, hlm 4 [↑](#footnote-ref-36)
37. Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli,* PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999*,* hlm 5 [↑](#footnote-ref-37)
38. Knud Hansen, et.al., *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Law Concerning Prohibition Practices and Unfair Business Competition), Deutsche Gesellschaft Fur Technische Zusammenartbeit (GTZ) dan Katalis*, Jakarta, 2002, hlm 8 [↑](#footnote-ref-38)
39. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif,* PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm 33 [↑](#footnote-ref-39)
40. Amirudin, & Zainal Asikin,  *Pengantar Metode Penelitian Hukum,* PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm 163-166 [↑](#footnote-ref-40)