

**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG HAK MEREK**

**(Studi Kasus Merek Chitato PT. Indofood Fritolay Makmur Yang  
Dipalsukan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1)



Disusun oleh :

**Lutfi Khabibatunnisa**

**1802056085**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang. Telp/Fax. (0294) 7601291  
Semarang 50185

### PENGESAHAN

Nama : Lutfi Khabibatunnisa  
Nim : 1802056085  
Judul : Analisis Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merek (Studi Kasus Merek Chitato PT. Indofood Fritolay Makmur Yang Dipalsukan)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 Desember 2022, dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana (Strata satu/ S1) Ilmu Hukum.

Semarang, 27 Desember 2022

Ketua Sidang/Penguji I

FAKHRUDIN AZIZ, I.c., MA  
NIP. 19810911201611901

Sekretaris Sidang/Penguji II

ANIS FITRIYA, M.S.I.  
NIP. 19920528201903218

Penguji Utama I

2/1/2023

Dr. H. NUR KHOIRIN, M.Ag.  
NIP. 196308011992031001

Penguji Utama II

TRI NURHAYATI, M.H.  
NIP. 198612152019032013

Pembimbing I

Dr. H. AMIR TAJRID, M.Ag.  
NIP. 197204202003121002

Pembimbing II

ANIS FITRIYA, M.S.I.  
NIP. 19920528201903218

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimil (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi  
a.n. Sdr/i Lutfi Khabibatunnisa

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Lutfi Khabibatunnisa  
NIM : 1802056085  
Jurusan : Ilmu Hukum  
Judul : **Perlindungan Hukum Pemegang Merek Chitato Dari Pembajakan (Studi Kasus Merek Chitato Pada Snack Kiloan)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pembimbing I

**Dr. H. Amir Tajrid, M.Ag**  
NIP. 197204202003121002

Semarang, 12 Desember 2022

Pembimbing II

**Anis Fitriani, M.S.I.**  
NIP. 199205282019032018

## MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Q.S Al-Muddassir : 28

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan sujud syukur kepada Allah SWT dan bersholawat pada kekasih-Nya Nabi Muhammad SAW, hasil penelitian ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu tercinta, Ibu Nursiti, terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat, serta kasih sayang yang tidak pernah berhenti sampai saat ini;
2. Adik tercinta, Tata, yang selalu mendukung, mendoakan, dan menghibur penulis saat penulis sedang sedih memikirkan skripsi;
3. Kedua pembimbing Bapak Dr. H. Amir Tajrid, M. Ag. dan Ibu Anis Fittria, M.S.I yang telah senantiasa memberikan petunjuk dan arahan serta nasihat yang membangun;
4. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua doa, dukungan dan pengorbanan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, Saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Hukum Pemegang Merek Chitato Dari Pembajakan (Studi Kasus Merek Chitato Dari Snack Chitato Kiloan)”** tidak berisi materi yang telah atau pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain. Dengan demikian, skripsi ini tidak berisi satupun pikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang menjadi bahan rujukan.

Semarang, 13 Desember 2022

Deklanator,



Lutfi Khabibatunnisa

NIM. 1802056085

## PEDOMAN TRANSLITERI ARAB-LATIN

### KEPUTUSAN BERSAMA

### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i

ـ	Dammah	U	u
---	--------	---	---

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
...و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

## C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...إ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...ؤ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup, Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati, Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَالِحَةٌ talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ / Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا / Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## **J. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## **KATA PENGANTAR**

Puja dan puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Pemegang Merek Chitato Dari Pembajakan (Studi Kasus Merek Chitato Pada Snack Kiloan)”. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Hukum di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir. Amin Allahuma Amin. Pada penulisan skripsi ini tidak serta merta dapat diselesaikan dengan sendiri, tentu banyak pihak dari luar yang membantu memberikan dorongan, semangat, bimbingan, motivasi kepada penulis, dengan segala kekurangan, penulis mengucapkan banyak-banyak berterima kasih kepada yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Bapak Dr. H. Amir Tajrid, M. Ag. dan Ibu Anis Fittria, M.S.I selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan ilmunya kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Hj. Briliyan Erna Wati, S.H., M.Hum dan Ibu Novita Dewi Masyithoh, S.H., MH, selaku kepala prodi dan wakil kepala prodi ilmu hukum.
3. Kepada keluarga penulis. Kedua orang tua Bapak Suheri dan Ibu Nursiti, serta adik Miftahul Kholifah Haqq, yang tak pernah lelah untuk mendoakan dan mensupport sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Salah satu Staff Reporting PT. Indofood Fritolay Makmur yang bersedia meluangkan waktu dalam membantu menyelesaikan penelitian ini.
5. Kepada Yuyun Selfia yang telah meminjamkan laptop, mendukung dan mendoakan saya selama proses pembuatan skripsi.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil demi terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak-banyak berterima kasih atas segala pihak yang terlibat selama ini, semoga kebaikan kalian semua mendapatkan ganjaran oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih terdapat banyak kekurangan, sehingga perlu adanya saran dan kritik yang membangun dan penulis dapat memperbaiki karya tulis selanjutnya. Semoga bermanfaat.

Semarang, 14 Desember 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lutfi Khabibatunnisa', with a long horizontal line extending to the right.

Lutfi Khabibatunnisa

NIM.1802056085

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN DEKLARASI</b> .....	vi
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka .....	9
F. Metode Penelitian .....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	17
<b>BAB II : TEORI TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG</b>	
<b>MEREK</b> .....	19
A. Tinjauan Umum Tentang Merek .....	19
1. Pengertian Merek .....	19
2. Unsur-Unsur Merek .....	22
3. Bentuk Pelanggaran Merek .....	23

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum.....	26
1. Pengertian Perlindungan Hukum .....	26
2. Unsur-Unsur Perlindungan Hukum.....	30
3. Bentuk Perlindungan Hukum.....	31
4. Tujuan Perlindungan Hukum .....	33
C. Aturan Tentang Penyelesaian Sengketa Pemegang Merek.....	33
1. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan .....	33
2. Penyelesaian Sengketa Alternatif ( <i>Alternative Dispute Resolution</i> ) .....	35
3. Penyelesaian Sengketa Melalui Arbitrase.....	38

**BAB III : POSISI UMUM KASUS PEMAKAIAN MEREK CHITATO**

<b>TANPA IZIN .....</b>	<b>40</b>
-------------------------	-----------

A. Tinjauan umum PT. Indofood Fritolay Makmur.....	40
1. <i>Company Profile</i> PT. Indofood Fritolay Makmur.....	40
2. Kronologi Kasus Pembajakan Merek Chitato.....	46

**BAB IV : PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG MEREK CHITATO**

<b>DARI PEMBAJAKAN.....</b>	<b>51</b>
-----------------------------	-----------

A. Analisis Bentuk Perlindungan Huukum Pemegang Merek Chitato Terhadap Pelaku Usaha Snack Kiloan Yang Menggunakan Chitato Tanpa Izin Merek .....	51
B. Perlindungan Hukum Pemilik Merek Menurut Pandangan Islam .....	63
C. Analisis Akibat Hukum Bagi Pelaku Usaha Yang Memperdagangkan Snack Chitato Kiloan Tanpa Izin Merek ..	67
D. Analisis Upaya Penyelesaian Sengketa Antara Pemegang Merek Chitato Dengan Pelaku Usaha Yang Memperdagangkan Snack Chitato Kiloan.....	78

<b>BAB V : PENUTUP</b> .....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b> .....	97

## ABSTRAK

Penggunaan merek secara illegal yang baru-baru ini terjadi yaitu pada makanan ringan atau snack kiloan yang dijual secara bebas di pasaran. Merek snack yang ditiru antara lain adalah *Chitato*. Pelaku tersebut menjual makanan ringan dengan kemasan *repack*. Merek yang digunakan tidak mendapatkan izin dan lisensi secara resmi dari PT. Indofood Fritolay Makmur. Snack Chitato kiloan tidak mencantumkan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh undang-undang, seperti tidak mencantumkan komposisi, label halal, dan tanggal kadaluwarsa. Hal tersebut akan merugikan pemegang merek Chitato karena reputasinya menurun akibat kekecewaan konsumen. Dalam hal ini, perlindungan hukum bagi pemegang merek sangat dibutuhkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum pemegang merek terhadap pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa izin merek, mengetahui akibat hukum bagi pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa izin merek, serta mengetahui upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha yang menggunakan merek Chitato tanpa izin merek.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana bentuk perlindungan hukum pemegang merek Chitato terhadap maraknya kasus penjualan snack kiloan tanpa izin merek? Bagaimana akibat hukum bagi pelaku usaha yang memperdagangkan snack Chitato kiloan tanpa izin merek? dan Bagaimana upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha yang memperdagangkan snack Chitato kiloan?

Peneliti menggunakan metode penelitian Yuridis Empiris, atau disebut dengan penelitian lapangan yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya dalam masyarakat.

Penelitian ini menyimpulkan, *Pertama*, bentuk perlindungan hukum secara preventif dengan memberikan kepastian terhadap aturan hukum mengenai suatu merek terkenal, sedangkan bentuk perlindungan hukum secara represif dengan mengajukan gugatan dan tuntutan ganti rugi dan penghentian penggunaan merek sebagai sanksi perdata, atau pemegang merek Chitato juga dapat membawa sengketa tersebut ke ranah hukum pidana sebagai delik aduan. *Kedua*, akibat hukum yang timbul bagi pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa izin menyebabkan terjadinya kerugian sesuai dengan Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yaitu wajib mengganti kerugian sesuai dengan yang diderita oleh pemegang merek Chitato dan menghentikan penjualan snack kiloan. *Ketiga*, upaya penyelesaian dari PT Chitato kepada pengusaha snack kiloan belum sampai ke Pengadilan, namun sudah dilakukan somasi dan somasi tersebut diindahkan pihak penjual snack chitato kiloan di *E-Commerce*.

Kata Kunci : *Merek, Illegal, Perlindungan Hukum*

## ABSTRACT

The recent illegal use of the brand is in snacks or snacks that are freely sold on the market. The snack brands imitated include Chitato. The perpetrator sold snacks with the repack packs. The brand used did not get official permission and license from PT. Indofood Fritolay Makmur. Chitato kiloan snacks do not include the conditions that have been set by law. Such as excluding compositions, halal labels, and expiration dates. This would hurt Chitato's brand holders as its reputation declined due to consumer disappointment. In this case, legal protection for brand holders is urgently needed. The purpose of this study was to identify the legal protections of brand-holders against business operators who use the brand without the brand's permission, and to identify the legal consequences for business operators who use the brand without the brand's permission, and to resolve disputes between the Chitato brand-holders and the Chitato brand-based business operators without brand permission.

The problem formulation in this study is how does the legal protection of Chitato brand holders against the rampant cases of selling kilo snacks without brand permission? How is the legal effect on businessmen who trade Chitato kilo snacks without brand permission? And how are the dispute settlement efforts between Chitato brand holders and businessmen who trade Chitato kilo snacks?

Researchers use the Empirical Juridical research method, or referred to as field research, that is, examining applicable legal provisions and what happens in reality in society.

The study concluded, First, a preventive form of legal protection by providing certainty to the rule of law regarding a well-known brand, while a repressive form of the legal protection by filling lawsuits and claims for damages and termination of the brand as a civil sanction, or Chitato brand holder. It is also possible to bring the dispute into criminal law as a complaint delusion. Second, The consequences that arise for kilo snack business operators who use the Chitato brand without permission cause losses in accordance with Article 1365 of the Civil Code, namely the obligation to compensate for losses according to the Chitato brand holder and stop selling kilo snacks. Third, The settlement efforts from PT Chitato to the kiloan snack entrepreneur have not yet reached the court, but a subpoena has been carried out and the subpoena has been heeded by the chitato kiloan snack seller in E-Commerce.

Keywords: *Brand, Illegal, Legal Protection*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seluruh aspek dalam kehidupan manusia pada era globalisasi ini semakin mengalami perkembangan, sehingga laju perekonomian dalam hal perdagangan di Indonesia semakin maju berkembang. Perkembangan ekonomi di Indonesia pada perdagangan barang dan jasa berdampak positif bagi warga negara Indonesia. Dalam bidang perdagangan, barang dan jasa yang ada di pasaran harus menggunakan nama atau simbol yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Barang dan jasa yang dipasarkan oleh pelaku usaha harus mempunyai ciri yang khas sebagai pembeda dengan yang lain, agar barang dan atau jasa miliknya mudah dikenali oleh konsumen.

Ciri khas pembeda tersebut biasanya dikenal dengan Merek, di Indonesia Merek diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek memiliki peranan penting dalam kelancaran dan peningkatan perdagangan ekonomi barang dan jasa bagi suatu pelaku usaha dalam persaingan usaha untuk menjamin bahwa merek produk yang mereka buat memiliki reputasi yang baik. Oleh karena itu, suatu merek dapat mencerminkan reputasi yang baik atau buruk suatu barang dari merek yang dipasarkan oleh pelaku usaha.<sup>2</sup>

Adanya merek membuat pelaku usaha dapat secara mudah mempromosikan barang atau jasanya kepada konsumen. Selain itu, pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan yang besar, karena produk yang diproduksinya mempunyai reputasi yang baik sehingga konsumen tetap membeli produknya. Oleh karena itu, merek merupakan asset berharga bagi

---

<sup>2</sup> Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. (Jakarta: Kompas, 2003), h. 72.

pelaku ekonomi, khususnya pemegang merek yang telah mendapatkan hak atas merek.<sup>3</sup>

Pentingnya merek tersebut, pemegang merek dilindungi oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis sistem First to file dapat diartikan bahwa pendaftaran suatu merek hanya akan diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran untuk sebuah merek. Sehingga suatu merek hanya akan memperoleh perlindungan hukum jika merek tersebut telah terdaftar di, Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Pendaftaran merek melahirkan hak eksklusif kepada pemilik merek dalam jangka waktu tertentu (selama 10 tahun, dan bisa diperpanjang setiap sepuluh tahun sekali) menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi ijin kepada pihak lain untuk menggunakan mereknya tersebut melalui suatu perjanjian. Peraturan tersebut dilatarbelakangi oleh pelanggaran terhadap merek yang marak dilakukan oleh pelaku usaha lain yang menimbulkan adanya itikad tidak baik dari pelaku usaha.

Kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam menjalankan usahanya. Dalam UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 20 Ayat dijelaskan bahwa merek tidak dapat didaftarkan jika tidak memiliki daya pembeda. Pada Pasal 21 dijelaskan tentang permohonan merek ditolak apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang terdaftar milik pihak lain, serta permohonan merek ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik. Tanpa adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena pelaku usaha yang tidak beritikad baik dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang sejenis atau produk yang mirip. Jika seorang pesaing menggunakan merek yang sejenis atau mirip, konsumen dapat menjadi bingung sehingga lebih memilih

---

<sup>3</sup> Odbrand, *Pentingnya Brand (merek) bagi Pelaku usaha*, odbrand.com (<https://odbrand.com/2011/10/08/pentingnya-brand-merek-bagi-pelaku-usaha/>) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.00 Wib.

membeli produk pelaku usaha yang tidak beritikad baik tersebut yang dikiranya produk dari pelaku usaha yang sebenarnya. Dimana pengusaha snack kiloan yang beretikad baik akan meminta izin kepada yang mempunyai merek tersebut.<sup>4</sup>

Pelaku usaha mengalami penurunan keuntungan dan membuat bingung konsumennya, tetapi dapat juga merusak reputasi pelaku usaha yang bersangkutan, khususnya jika produk pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik tersebut kualitasnya lebih rendah. Contoh pelaku usaha yang tidak beritikad baik seperti penggunaan merek tanpa hak atau secara ilegal. Penggunaan merek tanpa hak merupakan perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggungjawab, dengan cara menggunakan merek orang lain tanpa seizin pemiliknya.

Penggunaan merek tanpa hak diatur dalam Pasal 100 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penggunaan merek secara illegal yang baru-baru ini terjadi yaitu pada makanan ringan atau snack kiloan yang dijual secara bebas dipasaran. Merek makanan ringan atau snack yang ditiru antara lain *Chitato*. *Chitato* adalah salah satu merek kategori produk makanan ringan yang ikut meramaikan persaingan pasar snack di Indonesia. *Chitato* diproduksi oleh PT. Indofood Fritolay Makmur alamat Sudirman Plaza, Indofood Tower Lantai 27, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76-78, Jakarta Selatan 12910 yang merupakan anak perusahaan dari PT. Indofood, sebuah produsen makanan yang cukup besar di Indonesia.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> World Intellectual Property Organization, *Membuat sebuah Merek*, wipo.int ([http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/guides/translation/making\\_a\\_mark\\_ind\\_o.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/guides/translation/making_a_mark_ind_o.pdf)) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.00 Wib.

<sup>5</sup> Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Ham R.I (<http://merek.dgip.go.id/sertifikat-merek>) Diakses Pada Tanggal 06 September 2021 Pukul 15.00 Wib

Merek

No. Pendaftaran: **IDM000292276** | Tgl. Pendaftaran: **2011-02-07**

### CHITATO

Status

(TM) Didaftar

Detail

NOMOR PENGUMUMAN	TANGGAL PENGUMUMAN
NOMOR PERMOHONAN <b>D002009023195</b>	TANGGAL PENERIMAAN <b>2009-07-15</b>
TANGGAL DIMULAI PELINDUNGAN <b>2009-07-15</b>	TANGGAL BERAKHIR PELINDUNGAN <b>2029-07-15</b>



Publikasi

Translasi: CHITATO = Suatu penamaan

Kelas Nice	KODE KELAS	JENIS BARANG / JASA
	29	Kripik, kacang-kacang yang sudah diolah

Merek *Chitato* yang didaftarkan PT. Indofood Fritolay Makmur ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual dengan nomor register D002009023195.<sup>6</sup> *Chitato* termasuk dalam sistem klasifikasi merek kelas 29 Karena, *Chitato* terbuat dari olahan Kripik, kacang-kacang yang sudah diolah.<sup>7</sup> Sertifikat halal dengan nomor 00100037591205 yang berlaku sampai dengan 02 Juli 2026. Fakta di lapangan menunjukkan, terdapat makanan ringan dengan merek dan isi yang sama atau mirip dengan *Chitato* yang diproduksi oleh PT. Indofood Fritolay Makmur.

Produk *Chitato* tanpa izin merek tersebut beredar bebas dipasaran terbukti ditemukannya produk *Chitato* tanpa izin merek dijual di offline dan

<sup>6</sup> *Ibid.*, h. 2.

<sup>7</sup> *Sistem Klasifikasi Merek*, Kelas 35, [skm.dgip.go.id](http://skm.dgip.go.id)

(<http://skm.dgip.go.id/index.php/skm/detailkelas/29#>) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.01 Wib

online store.<sup>8</sup> *Chitato* tanpa izin merek yang dijual kiloan tersebut memiliki rasa dan bentuk yang sama dengan produk aslinya, serta yang dijual hanya dengan menggunakan plastik transparan tanpa mencantumkan hal lain yang sesuai dengan Undang-undang yang berlaku.<sup>9</sup>

*Chitato* yang dijual kiloan juga tidak terdaftar dalam BPOM, sehingga tidak terjamin keamanannya. Penggunaan merek secara illegal seperti ini selain dapat menyebabkan adanya itikad tidak baik dari pelaku usahanya, juga berdampak pada kesehatan para konsumennya. Hal itu karena, pada kemasan *Chitato* yang dijual kiloan tidak memenuhi apa yang telah ditetapkan oleh undang-undang, seperti tidak mencantumkan komposisi barang, label halal, tanggal kadaluarsa, dan sebagainya. Hal tersebut sangat merugikan konsumen apabila makanan tersebut terbukti tidak layak dikonsumsi lagi. Selain kesehatannya terancam, konsumen juga mengalami kerugian yang besar, yaitu untuk melakukan pengobatan apabila mengalami keracunan, yang lebih parah lagi mungkin hingga merenggut nyawa konsumen, yaitu kematian.

Perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan hak yang bersifat eksklusif (khusus) bagi pemegang merek (*exclusive right*) agar tidak ada pihak lain yang dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama. Hak eksklusif cenderung bersifat monopoli, artinya hanya pemegang merek yang dapat menggunakan hak tersebut. Pemegang merek dapat menggunakan mereknya dengan catatan tanpa melanggar aturan-aturan yang ada dalam penggunaan merek, sekaligus dapat melarang pihak lain untuk menggunakan mereknya atau memberi izin.<sup>10</sup>

Dengan adanya Merek, maka persaingan usaha yang tidak sehat seharusnya dapat dicegah. Hal ini dikarenakan dengan Merek, produk barang

---

<sup>8</sup> Bukalapak, *Cemilan Snack*, bukalapak.com (<https://www.bukalapak.com/p/food/cemilan-snack/8xojcg-jual-chitato-kiloan>) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.02 Wib.

<sup>9</sup> Bukalapak, *Cemilan Snack*, bukalapak.com (<https://www.bukalapak.com/p/food/cemilan-snack/8xojcg-jual-chitato-kiloan>) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.02 Wib.

<sup>10</sup> Fazar Nurcahya Dwi Putra, *Pelindungan Hukum Bagi Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum, Edisi Januari - Juni 2014, h. 98

atau jasa yang sejenis dapat dibedakan asal mulanya, kualitasnya, serta keterjaminan bahwa produk itu original. Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan apabila terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Namun, hal ini justru cenderung dimanfaatkan oleh para pihak yang ingin memperoleh keuntungan dari Merek yang sudah terkenal, sehingga dalam prakteknya sering terjadi penggunaan Merek Terkenal tanpa izin dari pemilik Merek tersebut sehingga terjadi pelanggaran Merek. Hal ini sangat merugikan konsumen dimana konsumen tidak mendapatkan produk dengan kualitas yang seharusnya dan juga sangat merugikan pemegang Merek Terkenal tersebut karena reputasinya yang menurun akibat kekecewaan konsumen. Dalam hal ini, perlindungan hukum bagi Merek Terkenal sangat dibutuhkan.<sup>11</sup>

Dalam berita lampung terkini Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) menghimbau konsumen untuk lebih berhati-hati dalam membeli produk makanan dan minuman melalui e-commerce atau platform agar terhindar dari bahaya mengonsumsi pangan yang tidak memenuhi standar. KKI mengingatkan pengelola platform dan e-commerce akan tanggung jawabnya untuk memastikan produk-produk yang dijual para merchant-nya tidak berbahaya bagi Kesehatan sesuai Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung jawab Penyedia platform dan pedagang (*merchant*) perdagangan melalui system elektronik yang berbentuk *generated content*. Ditemukan produk yang dikemas ulang dan sudah kadaluarsa kemudian diganti tanggalnya yang dijual ke masyarakat dapat menimbulkan masalah Kesehatan bagi masyarakat, terutama anak-anak. Pihak-pihak yang melakukan pelanggaran tersebut harus ditindak tegas oleh pihak yang berwenang.<sup>12</sup>

Makanan snack Chitato tersebut dikemas ulang menggunakan plastik bening dan dijual dengan berat mulai 250 gram, 500 gram, hingga 1 kg. Peredaran *snack* kemasan ulang tersebut mulai marak di Indonesia, baik yang

---

<sup>11</sup> H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Intelektual*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal.330.

<sup>12</sup> Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](https://www.lampost.co.id)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

dijual via *market place (online)* maupun toko *offline*. Membeli snack kiloan kemasan ulang pun bisa lebih hemat 3 hingga 4 kali lipat dari harga asli panganan tersebut. Lampost.co pun mencoba membeli salah satu *snack* ternama yang dikemas ulang pada 10 Mei 2020. Dari pantauan pada kemasan tersebut, sama sekali tidak ada keterangan izin edar, tanggal kedaluwarsa, maupun keterangan halal dan hanya ditempel merek. Salah seorang warga di Sepangjaya terkejut karena membeli *snack* kiloan dengan *brand* ternama namun makanan tersebut sudah tidak layak konsumsi. Bahkan, dalam kemasan yang hanya bungkus plastik tidak ada bukti layak makan, izin kesehatan ataupun tanggal kedaluwarsa.<sup>13</sup>

Menurut salah satu pembeli di Lampung menjelaskan bahwa membeli *snack* kentang *brand* ternama, tapi rasanya tengik dan tidak tahu apa karena bungkusnya yang tidak rapat atau kadaluwarsa. Pembeli tersebut juga mengatakan setelahnya takut keracunan sehingga langsung meminum air putih yang banyak. Pembeli mengatakan semua *brand* ternama mulai dari *snack*, cokelat, biskuit *brand* ternama dijual kiloan". Pihak lampost.co mencoba untuk membeli *snack* tersebut di tempat yang sama, terlihat dari penampilan sangat mirip dengan *snack* ternama yang dijual di berbagai minimarket dan supermarket. Dari segi bentuk dan warna, terlihat tak ada beda. Pun ketika tim lampost.co membandingkan dengan *snack* yang dibeli langsung di salah satu minimarket. Yang membedakan, keripik kentang rasa sapi panggang tersebut memiliki rasa yang tengik dan berbau, selain itu juga dari segi tekstur tidak lagi renyah seperti halnya keripik kentang (*Chitato*).<sup>14</sup>

Pelaku usaha yang melakukan kecurangan tersebut, karena menggunakan merek tanpa hak tidak mendapatkan lisensi secara resmi dari pelaku usaha atau pemegang merek yang bersangkutan. Menurut Pasal 1 angka 13 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi

---

<sup>13</sup> Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](#)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

<sup>14</sup>Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](#)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

Geografis, Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemegang Merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pengalihan hak untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan atau jasa didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu. Selain itu, sangat mudah untuk melisensikan sebuah merek yang sudah terdaftar pada pelaku usaha lain, yang selanjutnya akan menambah sumber pendapatan pelaku usaha yang bersangkutan, dan dapat menjadi dasar bagi persetujuan bisnis waralaba. Penggunaan merek tanpa melalui izin tersebut, didasarkan dari sikap kurang percaya dirinya pelaku usaha snack kiloan *Chitato* tanpa hak yang akan dijual. Selain itu, mereka juga ingin meraup keuntungan secara instan dari penggunaan merek *Chitato* yang telah terkenal tersebut. Hal tersebut sungguh sangat merugikan pelaku usaha atau pemegang merek *Chitato*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait perlindungan hukum pemegang merek atas penggunaan produk tanpa merek dengan judul: "Perlindungan Hukum Pemegang Merek *Chitato* Dari Pembajakan (Studi Kasus Tanpa Merek *Chitato* Pada Snack Kiloan)".

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum pemegang merek *Chitato* terhadap maraknya kasus penjualan snack kiloan tanpa izin merek ?
2. Bagaimana akibat hukum bagi pelaku usaha yang memperdagangkan snack *Chitato* kiloan tanpa izin merek ?
3. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek *Chitato* dengan pelaku usaha yang memperdagangkan snack *Chitato* kiloan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan proposal penelitian skripsi ini adalah

1. Mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum pemegang merek terhadap pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa izin merek.

2. Mengetahui dan memahami akibat hukum pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa izin merek.
3. Mengetahui dan memahami upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek *Chitato* dengan pelaku usaha yang menggunakan merek *Chitato* tanpa izin merek.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah dan melengkapi penulisan karya tulis yang berkaitan dengan perlindungan hukum pemegang merek terhadap pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa hak. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat berguna untuk mencari jalan keluar dari upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek dengan pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa hak.

##### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi kalangan akademisi, praktisi hukum dan masyarakat yang bergerak atau terlibat dalam hukum, dan terlebih lagi Dewan Perwakilan Rakyat yang akan merancang ketentuan perundang-undangan baru tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual.

#### **E. Telaah Pustaka**

Setelah menelusuri kepustakaan dari hasil penelitian terdahulu dan ternyata ditemukan beberapa penelitian mengenai perlindungan hukum bagi para pemegang merek. Berikut pemaparannya:

1. Thesis Tungger Seling dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Terdaftar”, tahun 2013, Universitas Tamansiswa Palembang. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi adalah yuridis normatif. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa Pengaturan perlindungan hukum terhadap pemegang merek terdaftar ini sangat penting artinya dalam menghadapi era globalisasi dalam hubungan antar bangsa yang menimbulkan saling ketergantungan baik dalam kebutuhan, kemampuan maupun kemajuan teknologi dan lain-lain

yang mendorong pertumbuhan dunia sebagai pagar bagi produk-produk mereka. Akibat hukum pemakaian tanpa Hak atas merek terdaftar Milik orang lain. Dalam hal ini terjadi sengketa merek terdaftar, maka dapat kiranya diajukan gugatan yang didasarkan pada pasal 1365 KUH Perdata, karena perbuatan memakai merek terdaftar milik orang lain dan perbuatan itu merupakan perbuatan melawan hukum. Akibat hukum dari pemakaian tanpa hak merek terdaftar milik orang lain adalah pembatalan terhadap merek, yang dimaksud tanpa hak adalah alasan-alasan yang mendukung pembatalan tersebut antara lain bahwa merek tersebut tidak memenuhi unsur-unsur sebagai merek yaitu : Adanya suatu tanda, tanda untuk pengenalan yang diterapkan pemilik (produsen) atas suatu barang atau jasa. Adanya unsur daya pembeda, tanda yang dipakai ini (*sign*) haruslah mempunyai kekuatan untuk membedakan barang, antara barang yang diproduksi oleh perusahaan yang lainnya. Dapat dipergunakan dalam kegiatan dunia perdagangan barang atau jasa. Penyelesaian sengketa dan sanksi terhadap pelanggaran merek dalam hal ini hal-hal yang termasuk dalam kategori pelanggaran atas hak merek menurut Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang merek adalah sebagai berikut : melalui pengadilan niaga atau dapat juga melalui penyelesaian sengketa alternatif seperti mediasi, atau arbitrase.<sup>15</sup> Sedangkan perbedaan dengan skripsi saya terletak pada perlindungan hukum pemegang merek terhadap pelaku usaha yang menggunakan merek tanpa izin merek.

2. Thesis Annisa Angraini Daulay, dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Chanel Terhadap Produk Tiruan”, Tahun 2017, Universitas Diponegoro, metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi adalah yuridis normatif. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa Direktorat Merek dan Kementerian Perdagangan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Pasal 90 dan 91 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek sudah cukup

---

<sup>15</sup> Tungger Seling, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Terdaftar, *Thesis*, Universitas Tamansiswa Palembang (Palembang, 2013), 1.

memberikan perlindungan terhadap pelanggaran pelanggaran merek, namun yang menjadi kendala adalah dalam hal penegakan hukumnya. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan Kementerian Perdagangan terhadap Pedagang dan budaya masyarakat membeli produk tiruan tanpa menyadari bahwa suatu merek terdaftar dilindungi oleh Undang-Undang. Pengawasan terhadap pemalsuan merek tidak menjadi konsentrasi Kementerian Perdagangan, baik dalam hal merek palsu yang beredar maupun masuknya suatu barang melalui impor, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dalam pasal 5 ayat (1) dan (4), Pasal 8, Pasal 35 ayat (1) dan (2), serta Pasal 36 telah mengatur mengenai pengawasan, dan pelarangan di bidang perdagangan.<sup>16</sup> Sedangkan perbedaan dengan skripsi saya terletak pada akibat hukum bagi pelaku usaha yang memperdagangkan snack kiloan tanpa izin merek.

3. Jurnal Meli Hertati Gultom dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek”, Tahun 2018, Universitas Dharmawangsa, metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi yuridis normatif Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa setiap prinsip-prinsip yang dilaksanakan tersebut tergantung kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkaitan dengan kenyataan yang ada dilapangan. Bahwa dalam beberapa tahun belakangan ini banyak sekali terjadi pelanggaran terhadap hak merek. Pelanggaran hak merek itu mulai meningkat di Indonesia sejak kebijakan pasar bebas yang dicanangkan pemerintah Indonesia, dimana Investor Asing diberikan kesempatan untuk menanam modalnya di Indonesia. Untuk melindungi para pengusaha ataupun pemegang hak merek dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar, maka perlu diberikan perlindungan hukum terhadap hak merek barang terdaftar.<sup>17</sup> Sedangkan perbedaan dengan skripsi saya terletak pada

---

<sup>16</sup> Annisa Angraini Daulay, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Chanel Terhadap Produk Tiruan”, *Thesis*, Universitas Diponegoro, (Semarang, 2017), 1.

<sup>17</sup> Meli Hertati Gultom, “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek”, *Jurnal*, Universitas Dharmawangsa, (Medan, 2018), Vol. VI No 11.

Pelindungan hukum bagi pemegang merek yang sah dimaksudkan untuk memberikan hak yang bersifat eksklusif (khusus) bagi pemegang merek (*exclusive right*) agar tidak ada pihak lain yang dapat menggunakan tanda yang sama atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama.

4. Jurnal Achmad Rayhan Akbar dengan judul “Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Pakaian Dari Tindak Pelanggaran Merek (Studi Kasus Pemalsuan Merek Pakaian *Kick Denim*), Tahun 2019, Universitas Sebelas Maret, metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi adalah yuridis empiris. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM hingga jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama Perlindungan Hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mencakup pengaturan bentuk-bentuk pelanggaran terhadap merek, sanksi pidana atas pelanggaran terhadap merek, pemberian hak kepada pemegang hak atas merek yang hak nya dilanggar untuk melakukan gugatan perdata melalui Pengadilan Niaga, melakukan Tuntutan Pidana dengan membuat aduan kepada Kepolisian ataupun memilih jalur Alternatif Penyelesaian Sengketa, serta Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM sebagai otoritas Negara dibidang merek membantu pemegang hak atas merek membuktikan haknya dengan cara memberikan segala bantuan administrasi yang diperlukan untuk proses pembuktian sebuah merek.<sup>18</sup> Perbedaannya penelitian ini adalah terletak pada objek yang dilindungi yaitu Penggunaan merek tanpa melalui izin tersebut, didasarkan dari sikap kurang percaya dirinya pelaku usaha snack kiloan *Chitato* tanpa hak yang akan dijual. Selain itu, mereka juga ingin meraup keuntungan secara instan dari penggunaan merek *Chitato* yang telah terkenal tersebut.

---

<sup>18</sup> Achmad Rayhan Akbar, “Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Pakaian Dari Tindak Pelanggaran Merek (Studi Kasus Pemalsuan Merek Pakaian *Kick Denim*)”, *Jurnal*, Universitas Sebelas Maret, (Solo, 2019) Vol. VII No 1.

Hal tersebut sungguh sangat merugikan pelaku usaha atau pemegang merek *Chitato*.

## F. Metode Penelitian

### 1. Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian yuridis empiris, atau disebut dengan penelitian lapangan yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya dalam masyarakat.<sup>19</sup> Penelitian yuridis empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.<sup>20</sup> Atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi dimasyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.

### 2. Pendekatan Masalah

Pada penelitian hukum terdapat beberapa macam pendekatan yang dengan pendekatan tersebut, penulis mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu hukum yang akan diangkat dalam permasalahan untuk kemudian dicari jawabannya. Pendekatan yang meliputi 2 (dua) macam pendekatan, yaitu :

- a. Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.<sup>21</sup> Peraturan perundang-undangan yang digunakan antara lain : Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan

---

<sup>19</sup> Suharsini Arikunto, 2012, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta, hlm. 126

<sup>20</sup> Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm. 134

<sup>21</sup> Peter Mahmud Marzuki, "*Penelitian Hukum*", Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2016, h.93.

Alternatif Penyelesaian Sengketa, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual Secara Elektronik dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

- b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah suatu pendekatan yang berasal dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin dalam ilmu hukum, sehingga dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum, penulis dapat menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.<sup>22</sup> Konsep dan teori yang dipergunakan antara lain konsep tentang perlindungan, merek dan hak kekayaan intelektual.

### 3. Sumber Data

Bahan hukum adalah bagian terpenting dalam penelitian hukum. Tanpa bahan hukum tidak akan mungkin dapat ditemukan jawaban atas isu hukum yang akan diketengahkan. Untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi digunakan bahan hukum sebagai sumber penelitian hukum. Bahan hukum dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer (*primary source*) dan bahan hukum sekunder (*secondary source*).<sup>23j</sup>

#### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer mempunyai sifat autoritatif, yang artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer dapat dibedakan lagi menjadi bahan hukum primer yang bersifat *mandatory authority* (meliputi peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan di wilayah hukum sendiri dan putusan hakim) dan *persuasive authority* (meliputi peraturan

---

<sup>22</sup> Peter Mahmud Marzuki, “*Penelitian Hukum*”, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2016, h.60.

<sup>23</sup> Dyah Ochtorina Susanti dan A’an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2015), h.48.

perundang-undangan di wilayah hukum negara lain tetapi menyangkut hal yang sama dan putusan hakim di wilayah yurisdiksi negara lain) : <sup>24</sup>

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
2. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa;
3. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
4. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual Secara Elektronik; dan
5. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah juga seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku disuatu negara. Keberadaan bahan-bahan hukum sekunder, secara formal tidak sebagai hukum positif.<sup>25</sup> Adapun yang termasuk dalam bahan-bahan hukum sekunder ini adalah buku-buku teks, laporan penelitian hukum, jurnal hukum yang memuat tulisan-tulisan kritik para ahli dan para akademisi terhadap berbagai produk hukum perundang-undangan dan putusan pengadilan, serta terbitan lain.

c. Bahan Non Hukum

Bahan non hukum merupakan bahan yang bersifat sebagai penunjang terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder sebagai penguat argumentasi terkait isu yang dikaji<sup>26</sup> Bahan non hukum pada penulisan ini akan bersumber dari internet, maupun jurnal non hukum sepanjang terdapat relevansi dengan topik penulisan karya ilmiah ini

#### 4. Metode Pengumpulan Data

---

<sup>24</sup> Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2015), h.52.

<sup>25</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h.170.

<sup>26</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 164

Data dalam suatu penelitian adalah merupakan bahan yang akan dipergunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian. Oleh karena itu, data-data tersebut harus dikumpulkan dibagi menjadi dua jenis data yaitu data yang bersifat primer dan data-data yang bersifat sekunder dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut :<sup>27</sup>

a. Studi Kepustakaan

Untuk memperoleh data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji dan mempelajari bahan-bahan kepustakaan (*literature research*) yang berupa bahan-bahan hukum baik bahan hukum primer, sekunder maupun tersier.

b. Wawancara

Data primer atau data yang diperoleh langsung dari sumber data di lokasi penelitian atau lapangan (*field research*) didapatkan melalui wawancara dan observasi. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>28</sup>

Wawancara dilakukan secara bebas terbuka dengan menggunakan alat berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan (sebagai pedoman wawancara) sesuai dengan permasalahan yang akan dicari jawabannya tanpa menutup kemungkinan untuk menambah pertanyaan lain yang bersifat spontan sehubungan dengan jawaban yang diberikan. Tujuan dari wawancara adalah agar informan dapat berbicara, atau menyampaikan pernyataan yang menjadi kepentingannya atau kelompoknya secara terbuka.<sup>29</sup>

## 5. Analisis Data

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 20.

<sup>28</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2001, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, hlm. 81.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 82.

Data yang telah terkumpul akan di proses dengan cara memeriksa, meneliti data yang telah diperoleh untuk menjamin apakah data dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan kenyataan. Setelah data diolah dan dirasa cukup maka selanjutnya disajikan dalam bentuk narasi dan dalam bentuk tabel. Setelah data terkumpul lengkap dan telah diolah dengan menggunakan narasi maupun table maka selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya melalui tahap-tahap konseptualisasi, kategorisasi, relasi dan eksplanasi.<sup>30</sup>

#### **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Selanjutnya, untuk memberikan kemudahan dalam memahami laporan hasil penelitian ini, alur penulisan dilakukan dengan urutan sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

Bab Pertama, akan menjelaskan mengenai pendahuluan yang memuat hal yang melatar belakangi permasalahan. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab tiga rumusan masalah yang telah dipilih berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan peneliti terkait bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pemegang merek Chitato terhadap maraknya kasus penjualan snack Chitato kiloan tanpa izin merek, bagaimana akibat hukum bagi pelaku usaha yang memperdagangkan snack Chitato kiloan tanpa izin merek, serta bagaimana upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha yang memperdagangkan snack Chitato kiloan. Dalam bab pendahuluan ini juga memuat tujuan penelitian, dan manfaat dari hasil penelitian, tinjauan pustaka dari hasil penelitian terdahulu yang mengenai perlindungan hukum tentang merek, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab Kedua, menguraikan tentang tinjauan umum perlindungan hukum pemegang merek yang meliputi, pengertian perlindungan hukum pemegang

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 84

merek, unsur perlindungan hukum, bentuk perlindungan hukum, tujuan perlindungan hukum, serta landasan hukum pemegang merek yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual Secara Elektronik, dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, perlindungan hukum pemegang merek, serta akibat atau sanksi hukum bagi pelanggar izin merek.

Bab Ketiga, menjelaskan mengenai data penelitian dan gambaran umum kasus pemakaian merek Chitato tanpa izin yang berisi tentang tinjauan umum PT. Chitato yang meliputi sejarah dari PT. Chitato beserta profil, visi, misi dan *group company*, serta kronologi dari kasus pembajakan merek Chitato dan platform jual beli online snack Chitato kiloan.

Bab Keempat, menguraikan pembahasan dan analisis data tentang perlindungan hukum pemegang merek Chitato terhadap pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa izin merek, analisis akibat hukum bagi pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa izin, dan analisis upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha yang memperdagangkan snack Chitato kiloan.

Bab Kelima, bagian ini merupakan bagian penutup yang meliputi kesimpulan, saran, dan penutup. Kesimpulan adalah hasil akhir yang menjelaskan mengenai keseluruhan hasil dari penelitian yang dilakukan.

## **BAB II**

### **TEORI TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG MEREK**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Merek**

##### **1. Pengertian Merek**

Istilah HKI merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights* dalam sistem hukum Anglo Saxon. Sedangkan istilah HKI merupakan terjemahan dari istilah *Intellectuele Eigendomsrecht* (Bahasa Belanda) dalam sistem hukum Kontinental. Istilah HKI juga merupakan terjemahan dari *Property Rights* yang berarti suatu hak atas milik yang berada dalam ruang lingkup kehidupan teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Kepemilikannya adalah terhadap hasil kemampuan intelektual penciptanya, diantaranya berupa ide, bukan terhadap barangnya.<sup>31</sup>

HKI dalam ilmu hukum merupakan bagian dari hak atas benda yang bersumber dari hasil kerja otak atau rasio manusia yang memiliki nalar. Hasil kerja tersebut berupa benda immateriil (benda tidak berwujud), yang dirumuskan sebagai hasil kerja intelektualitas dengan menggunakan logika atau metode berfikir yang merupakan cabang filsafat. Hasil pemikiran logika atau rasio tersebut kemudian disebut pemikiran rasional atau logis. Tidak semua orang mampu menggunakan otaknya secara maksimal untuk menghasilkan sebuah karya. Oleh karena itu tidak semua orang mampu menghasilkan *intellectual property rights*. Itu sebabnya HKI yang merupakan hasil kerja otak bersifat eksklusif, dan hanya orang tertentu saja yang mampu melahirkan hak eksklusif tersebut.

Semua orang pasti sudah mengenal merek, karena dengan adanya merek kita tidak perlu bingung lagi pada saat akan membeli barang tertentu. Barang dan jasa yang telah dijual memiliki ciri khusus, agar memiliki perbedaan dengan barang dan jasa sejenis. Ciri khusus ini berfungsi sebagai

---

<sup>31</sup> Dimas Fahmi Fikri dan Afif Noor, "Reformasi Hukum Wakaf Di Indonesia Studi Terhadap Wakaf Hak Atas Kekayaan Intelektual", *Jurnal*, IAIN Walisongo Semarang, (Semarang, 2012), Vol. 22 No 1.

tanda pengenal suatu barang dan jasa yang sering disebut dengan merek. Merek merupakan salah satu bentuk hasil karya intelektual yang mempunyai fungsi untuk meningkatkan penjualan barang dan jasa dalam penjualan dan penanaman modal. Merek juga berfungsi sebagai tanda pembeda bagi konsumen yang akan membeli sebuah barang atau jasa, karena merek dapat dijadikan sebagai tolak ukur kualitas bagi suatu barang atau jasa dalam perdagangan. Maka dari itu merek merupakan unsur yang sangat penting bagi pemegang merek. Pemilik merek dapat memperoleh profit besar, apabila dapat memanfaatkan merek tersebut dengan mengatur segala aspek bisnis dan manajemennya.<sup>32</sup>

Merek adalah salah satu atribut yang penting dari sebuah produk, dimana merek suatu produk dapat memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Merek tidak hanya sebuah nama bagi produk, tetapi lebih dari itu merupakan identitas untuk membedakan dari produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan lain. Dengan identitas khusus, produk tertentu akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan pada gilirannya tentu akan memudahkan pada saat pembelian ulang produk tersebut. Merek merupakan Lambang tertentu yang berbentuk gambaran, susunan nama, rangkaian kata, huruf, angka, rangkaian warna atau gabungan dari bagian-bagian tersebut yang mempunyai gaya yang berbeda dengan yang lain dan dipakai untuk aktivitas dagang barang dan jasa.<sup>33</sup> Merek mempunyai daya pembeda dengan barang dan jasa pelaku usaha lain, karena merek mencerminkan reputasi sebuah barang dan jasa suatu pelaku usaha. Merek juga berfungsi untuk media promosi dan pengiklanan untuk pelaku usaha dalam perdagangan barang dan jasa.<sup>34</sup>

Ada enam pengertian yang dapat disampaikan melalui suatu merek:<sup>35</sup>

<sup>32</sup> Gunawan Widjaya, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, h.

<sup>33</sup> Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P, *Op Cit*, h. 13.

<sup>34</sup> Muhammad Djumhana, R. Djubaedillah, *Op Cit*, h. 171

<sup>35</sup> Muhammad Djumhana, R. Djubaedillah, *Op Cit*, h.187

- a. Atribut seperti halnya kualitas, gengsi, nilai jual kembali desain, dan lain-lain. Sebuah produk menyatakan sesuatu mahal produk yang dibuat dengan baik, terancang baik, tahan lama, bergengsi tinggi, dan sebagainya.
- b. Manfaat meskipun suatu merek membawa sejumlah atribut konsumen sebenarnya membeli manfaat dari produk tersebut. Dalam hal ini atribut merek diperlukan untuk diterjemahkan menjadi manfaat fungsional atau manfaat emosional. Sebagai gambaran, atribut "mahal" cenderung diterjemahkan sebagai manfaat emosional, sehingga orang yang menggunakan sebuah produk akan merasa dirinya dianggap penting dan dihargai.
- c. Nilai Merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen. Sebuah produk menyatakan produk yang berkinerja tinggi, aman, bergengsi, dan sebagainya. Dengan demikian produsen sebuah produk juga mendapat nilai tinggi di mata masyarakat.
- d. Budaya Merek juga mencerminkan budaya tertentu. Sebuah produk mencerminkan budaya yang terorganisir, konsisten, tingkat keseriusannya tinggi, efisien, dan berkualitas tinggi.
- e. Kepribadian Merek juga mencerminkan kepribadian tertentu. Sering kali produk tertentu menggunakan kepribadian orang yang terkenal untuk mendongkrak atau menopang merek produknya.
- f. Pemakai Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut. Pemakai sebuah produk pada umumnya diasosikan dengan orang kaya, kalangan manajer puncak, dan sebagainya.

Merek memungkinkan konsumen untuk mengatur dengan lebih baik pengalaman tempat belanja mereka, membantu mereka mencari dan menemukan keterangan produk. Sedangkan fungsi merek adalah untuk membedakan kepentingan perusahaan, penawaran dari semuanya.

Informasi tentang produk dan merek datang dari bermacam-macam sumber, memasang iklan, pemberitaan, penjualan dan pengemasan.<sup>36</sup>

Merek dapat mencerminkan makna-makna yang ingin disampaikan maka ada beberapa persyaratan yang harus diperhatikan, yaitu: <sup>37</sup>

- a. Merek harus khas atau unik.
- b. Merek harus menggambarkan sesuatu mengenai manfaat produk dan pemakaiannya.
- c. Merek harus menggambarkan kualitas produk.
- d. Merek harus mudah diucapkan, dikenali dan diingat.
- e. Merek tidak boleh mengandung arti yang buruk di Negara dalam bahasa lain.
- f. Merek harus dapat menyesuaikan diri (adaptable) dengan produk-produk baru mungkin ditambahkan ke dalam lini produk.

Merek sendiri digunakan untuk beberapa tujuan yaitu: <sup>38</sup>

- a. Sebagai identitas, yang bermanfaat dalam diferensiasi atau membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya. Ini akan memudahkan konsumen untuk mengenalinya saat berbelanja dan saat melakukan pembelian ulang.
- b. Alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk.
- c. Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan kepada konsumen.
- d. Untuk mengendalikan pasar.

## 2. Unsur-Unsur Merek

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, terdapat tiga unsur dalam merek, yaitu :

- a. Lambang yang tampak secara grafis berupa gambaran, logo, susunan nama, susunan kata, huruf-huruf, rangkaian angka, dalam dua dimensi

---

<sup>36</sup> Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P, *Op Cit*, h. 17.

<sup>37</sup>Adrian Sutedi, *Op Cit*, h.87

<sup>38</sup>Muhammad Djumhana, R. Djubaedillah, *Op Cit*, h. 98

dan atau tiga dimensi, suara, hologram, atau perpaduan dari dua atau lebih;

- b. Mempunyai perbedaan dengan barang dan jasa pelaku usaha lain;
- c. Dipakai dalam aktivitas perdagangan barang dan jasa. Suatu merek pelaku usaha dapat dikatakan memiliki kekuatan dalam tanda khusus barang dan jasa dengan pelaku usaha lain, apabila merek suatu pelaku usaha memenuhi syarat berupa adanya daya pembeda yang cukup. Agar bisa memiliki perbedaan yang dapat langsung dikenal oleh masyarakat terhadap barang dan jasa yang bersangkutan.<sup>39</sup>

### 3. Bentuk Pelanggaran Merek

Bentuk pelanggaran terhadap merek, antara lain: <sup>40</sup>

#### a. Pembajakan Merek

Pembajakan merek biasanya terjadi apabila pendaftaran mereknya didahului oleh orang lain, bukan oleh pemilik aslinya. Akibatnya permintaan pemilik untuk pendaftaran merek ditolak, karena sama dengan merek yang telah didaftarkan sebelumnya.<sup>41</sup> Pada tahun 2012, pembajakan merek merupakan bentuk pelanggaran yang sering diterima oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. Pembajakan merek tersebut umumnya terjadi pada merek yang sudah mempunyai pangsa pasar yang bagus dan merupakan merek terkenal dari luar negeri.

#### b. Pemalsuan Merek

Pemalsuan merek timbul apabila barang imitasi atau barang dengan kualitas yang dibawah dari produk aslinya disejajarkan dengan merek yang sudah dikenal oleh masyarakat. Barang imitasi atau barang tiruan dari merek yang dipalsukan lebih sering disebut sebagai barang KW, barang KW mempunyai berbagai macam tingkatan, yaitu KW

---

<sup>39</sup>Adrian Sutedi, *Op Cit*, h. 166

<sup>40</sup>Adrian Sutedi, *Op Cit*, h. 120

<sup>41</sup>Iswi Hariyani, *Op Cit*, h. 119

Super Premium, KW Super, KW Semi Super, KW 1 dan KW 2.<sup>42</sup> Pemalsuan merek disebut juga sebagai tindak kejahatan dalam bidang ekonomi, sebab pelaku usaha yang mendapatkan keuntungan yang besar dari merek yang dipalsukan tanpa mengeluarkan banyak modal untuk mempromosikan mereknya kepada masyarakat.<sup>43</sup> Barang imitasi atau barang tiruan tersebut dijual dengan harga yang jauh lebih murah daripada barang aslinya, hal itu menarik minat konsumen ekonomi ke bawah yang ingin tetap merasa memiliki barang asli. Pemalsuan merek diatur dalam Pasal 100 Ayat 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan ancaman pidana penjara maksimal 5 tahun dan atau pidana denda sebanyak Rp 2.000.000.000,00.

c. Peniruan Merek

Peniruan merek merupakan upaya pelaku usaha dengan melakukan peniruan dari suatu merek terkenal sehingga produk yang diproduksi atas mereknya memiliki kesamaan secara pokoknya dengan merek produk yang telah terkenal. Pelaku sengaja mengambil keuntungan dengan menyamakan produknya dengan produk lain atau memakai merek yang mirip dengan yang asli sehingga membuat masyarakat menjadi bingung. Peniruan label dan kemasan produk diatur pada pasal 100 Ayat 2 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menjelaskan bahwa pelaku yang memakai merek tanpa hak akan diancam dengan pidana penjara maksimal 4 tahun dan atau pidana denda sebanyak Rp 2.000.000.000,00.

Dengan adanya ketentuan pemberian sanksi pidana, bagi setiap orang yang menirukan dan memalsukan merek dagang maupun dilusi terhadap barang atau produk yang diperdagangkan maka akan diberikan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan Pasal 100 dan Pasal 101 Undang

---

<sup>42</sup>Liputan 6, *Sering Dengan Istilah KW? Ini Penjelasan Maknanya*, liputan6.com (<https://liputan6.com/amo/3394244/serimh-dengar-istilah-kw-ini-penjelasan-maknanya>) diakses pada tanggal 09 September 2021 Pukul 18.00 Wib.

<sup>43</sup> Fajar Nurcahya, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, Jurnal Ilmu Hukum, Edisi: Januari-Juni 2014, h. 101

Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis, pemerintah telah memberikan kepastian hukum bagi seseorang yang hak milik atas mereknya ditiru (dipersamakan secara keseluruhan) atau dipalsukan (dipersamakan yang pada pokoknya/adanya kemiripan). Disamping pelanggaran-pelanggaran persamaan pada pokoknya, pemalsuan, dilusi (persamaan keseluruhan dengan merek terkenal), ada jenis pelanggaran yang baru-baru ini marak dilakukan oleh para pelaku usaha di internet dan penggunaan karakter dalam pemasaran.

Merek sebagai bagian dari pada hak kekayaan intelektual bagi pemiliknya mempunyai hak monopoli atau hak eksklusif untuk menggunakan atau memberikan izin kepada pihak lain dalam dunia usaha. Walaupun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat melalui Pasal 50 mengecualikan monopoli penggunaan hak atas merek. Akan tetapi penyalahgunaan hak atas merek dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Sehingga terhadapnya dapat dikategorikan sebagai pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kecenderungan pelanggaran persaingan usaha melalui merek kemungkinan besar dilakukan melalui bentuk perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan penyalahgunaan posisi dominan. Yang dapat menghalangi pelaku usaha untuk melakukan perdagangan barang dan/atau jasa. Pemegang hak merek melakukan lisensi untuk menggunakan hak dan bertujuan menghambat masuknya pelaku usaha lain yang tidak memiliki hak untuk bisa menggunakan merek yang sejenis, karena merek tersebut sudah dipergunakan oleh pemegang merek untuk usaha perdagangan barang dan jasa sehingga hak eksklusif

yang dimiliki pemegang merek merupakan penghalang bagi pihak lain untuk menggunakannya.<sup>44</sup>

## **B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum**

### **1. Pengertian Perlindungan Hukum**

Hukum merupakan suatu perlindungan yang berbentuk norma, sehingga dalam lingkungan masyarakat suasana menjadi aman dan tentram antara hubungan masyarakat satu dengan yang lain. Hukum adalah sekumpulan aturan yang berlaku bagi semua orang dan bersifat normatif, karena apabila ada yang melanggar akan mendapatkan sanksi. Perlindungan hukum adalah suatu unsur yang penting bagi suatu negara hukum, karena pada saat suatu negara terbentuk, dibentuk pula hukum yang mengatur tiap-tiap warganya agar terciptanya keadilan dan ketertiban hukum. Perlindungan hukum merupakan bentuk perlindungan menurut undang-undang yang berlaku. Pada Pasal 28D Ayat (1) Undang-undang Dasar Tahun 1945 dijelaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama berdasarkan asas keadilan atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum dihadapan hukum.<sup>45</sup>

Menurut Satjipto Raharjo, Perlindungan hukum adalah bentuk perlindungan kepada hak masyarakat yang dirugikan agar mereka dapat merasakan semua hak yang di berikan oleh negara. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perlindungan hukum adalah cara pemberian perlindungan menurut hukum agar hak dan kewajiban masyarakat dapat terpenuhi. Dalam perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) semua hasil karya intelektual bisa mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah

---

<sup>44</sup>Saidin.H.OK, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007, h. 98

<sup>45</sup>Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*. (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 39.

berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.<sup>46</sup>

Perlindungan hukum disini dikaitkan dengan tiga tujuan hukum, yaitu mendapat kepastian hukum dalam memiliki hasil karyanya, mendapatkan manfaat dari karya yang dilindungi terutama bagi pemilik HKI tersebut, seperti pembayaran dan adanya keadilan antara pemilik HKI dan pemerintah dalam mendapatkan keuntungan dari hasil karya intelektual tersebut. Perlindungan hukum terhadap merek dagang terdaftar mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas merek untuk menjamin:

- a. Kepastian berusaha bagi para produsen;
- b. Menarik investor bagi merek dagang asing, sedangkan hukum yang diberikan kepada merek dagang lokal diharapkan agar dapat berkembang secara meluas di dunia internasional.<sup>47</sup>

Perlindungan Hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.<sup>48</sup> Perlindungan Hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: <sup>49</sup>

- a. Perlindungan Hukum Preventif Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan

---

<sup>46</sup>Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. (Jakarta: Kompas, 2003), h. 74.

<sup>47</sup>Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. (Jakarta: Kompas, 2003), h. 76.

<sup>48</sup> Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. (Jakarta: Kompas, 2003), h. 77.

<sup>49</sup> Satjipto Raharjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. (Jakarta: Kompas, 2003), h. 79.

rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

- b. Perlindungan Hukum Represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Perlindungan hukum merupakan suatu konsep yang universal dari negara hukum. Pada dasarnya, perlindungan hukum terdiri atas dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif yakni Perlindungan Hukum Preventif yang pada dasarnya preventif diartikan sebagai pencegahan. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan. Bentuk perlindungan hukum preventif terdapat dalam peraturan perundang-undangan guna mencegah terjadinya suatu pelanggaran serta untuk memberikan batasan-batasan dalam melakukan kewajiban. Perlindungan Hukum Represif berfungsi untuk menyelesaikan sengketa yang telah muncul akibat adanya pelanggaran. Perlindungan ini merupakan perlindungan akhir yang berupa pemberian sanksi terhadap pelanggaran yang telah dilakukan.<sup>50</sup>

Itikad tidak baik dalam pendaftaran merek yang tercantum di undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 terkait Merek dan Indikasi

---

<sup>50</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*. (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 39.

Geografis, tepatnya yakni pada Pasal 21 ayat (3) dimana disebutkan: “Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik”. Maksud dari “Pemohon yang beritikad tidak baik” yakni Pemohon yang mana terkait pendaftaran Mereknya berniat mengikuti, menjiplak, atau meniru merek pihak lainnya guna kepentingan usaha yang dijalankannya, menyesatkan, mengecoh konsumen, serta memicu kondisi persaingan usaha yang tidak sehat. Misalnya, Permohonan Merek berwujud susunan warna, logo, lukisan, atau tulisan yang sama dengan Merek pihak lainnya maupun Merek yang sejak bertahun-tahun dikenal khalayak umum, dijiplak sedemikian rupa dimana menjadikan keseluruhannya sama dengan Merek yang telah dikenal tersebut.

Setiap tindakan membonceng, membajak, mengkopi, mereproduksi, dan meniru merek orang lain disebut dengan tindakan memakai, menyesatkan, atau memalsukan merek orang lain tanpa hak dimana dalam perlindungan merek secara harmonisasi dikelompokkan menjadi persaingan curang) dan disebutkan sebagai tindakan melakukan pencarian kekayaan secara tidak jujur. Oleh karenanya Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual berperan krusial dalam memeriksa apakah terdapat itikad tidak baik yang menjadi motif atau mendorong pendaftaran itu sebelum menyetujui permohonannya. Beberapa model penegakan hukum terhadap pendaftaran merek dengan itikad meliputi : (a) Usaha pembatalan merek dijalankan melalui gugatan oleh pihak berkepentingan ke Pengadilan Niaga dengan batas waktu. Namun gugatan ini bisa diajukan dengan tidak ada batasan waktu apabila ada unsur itikad tidak baik; (b) Usaha penghapusan merek terdaftar oleh pemilik merek kepada Menteri maupun bisa juga dilaksanakan prakarsa Menteri dan pihak ketiga yang terkait; (c ) Apabila ditemukan persamaan pada pokoknya, maka penolakan merek sejak proses pendaftaran.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban,

perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum, dan bentuk perlindungan kepada hak masyarakat yang dirugikan agar mereka dapat merasakan semua hak yang diberikan oleh negara.

## 2. Unsur-Unsur Perlindungan Hukum

Menurut Simanjuntak, perlindungan hukum merupakan upaya negara dalam memberikan kepastian hukum kepada masyarakat agar haknya sebagai warga negara tidak dilanggar dan apabila ada yang melanggar akan mendapatkan sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku. Oleh karena itu, hukum bisa dikatakan perlindungan hukum apabila memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: <sup>51</sup>

- a. Negara melindungi masyarakatnya;  
Pemerintah berkewajiban untuk memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya. Contohnya adalah dengan menerapkan sistem peradilan yang jujur dan adil.
- b. Masyarakat mendapatkan jaminan kepastian hukum dari negara;  
Adanya jaminan bagi pihak yang terlibat dalam perkara hukum sangatlah penting. Jaminan yang dimaksud berkaitan dengan kasus hukum yang sedang dijalani oleh tiap warga negaranya, misalnya seperti penyediaan pengacara, sehingga tiap orang yang terlibat dalam perkara hukum merasa aman dan terlindungi. Suatu kasus hukum tidak dibuat berlarut-larut dan tidak jelas status dari pihak yang terlibat. Kepastian hukum ini penting sehingga setiap orang tidak terjebak dalam status hukum yang tidak pasti.
- c. Berhubungan dengan hak warga negara;  
Selama proses hukum, warga negara berhak mendapat hak-haknya mulai dari proses penyelidikan, peradilan, sampai akhir putusan hakim. Hal ini meliputi hak mendapat pengacara, hak diperlakukan

---

<sup>51</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*. (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 45.

sama di mata hukum, hak mendapat proses pengadilan yang jujur dan adil, hak mengajukan banding, dan sebagainya.

- d. Terdapat sanksi apabila ada yang melakukan pelanggaran.<sup>52</sup>

Pemberian sanksi bagi para pelanggar hukum juga termasuk salah satu upaya untuk memberikan perlindungan hukum. Setiap orang tidak bisa seenaknya membuat pelanggaran hukum, baik hukum pidana atau perdata. Orang jadi akan berpikir untuk membuat tindakan pelanggaran hukum sehingga mendapat memberi perlindungan bagi masyarakat luas.

Berdasarkan unsur perlindungan hukum tersebut, negara dapat memberikan jaminan keteraturan dalam masyarakat, sehingga tidak adanya pemerintah yang sewenang-wenang dengan masyarakat. Bilamana tidak ada kesesuaian unsur dalam kenyataannya, maka wujud perlindungan hukum tersebut patut dipertanyakan. Keadilan dan kemudahan pemenuhan informasi yang seluas-luasnya mengenai penemuannya.<sup>53</sup>

### 3. Bentuk Perlindungan Hukum

Implementasi pada perlindungan hukum, pemerintah membutuhkan sarana dalam menjalankannya. Sarana dalam perlindungan hukum terdapat dua bentuk, yaitu :<sup>54</sup>

- a. Sarana Perlindungan Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan yang merujuk pada tindakan pencegahan. Subjek Hukum mendapatkan kesempatan untuk menyuarakan keberatan dan pendapatnya, sehingga diharapkan tidak mengakibatkan sengketa. Dalam sarana perlindungan preventif ini pemerintah diharapkan mempunyai sifat kehati-hatian

---

<sup>52</sup> Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011) h. 38.

<sup>53</sup> Dewi Ratna, *Ini pendapat Andi Hamzah dan Simanjuntak soal perlindungan hukum*, merdeka.com (<https://www.merdeka.com/pendidikan/ini-pendapat-andi-hamzah-dan-simanjuntak53soal-perlindungan-hukum.html>) diakses pada tanggal 21 September 2021 Pukul 16.00 Wib

<sup>54</sup> Jisia Mamahit. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa*, Lex Privatum Vol. I No. 3 Juli 2013. h. 3.

dalam pengambilan keputusan. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam upaya preventif adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor hukum Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 bertujuan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek dagang dan jasa.
- 2) Faktor aparat Direktorat Merek Aparat Direktorat Merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM bertugas untuk memeriksa permohonan pendaftaran merek.

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberi kesempatan untuk mengajukan pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan yang dilakukan untuk menanggulangi peristiwa yang sedang terjadi, yaitu berupa pelanggaran hak atas merek, dimana perlindungan ini diselesaikan melalui Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi. Philipus M. Hadjon berpendapat apabila sarana perlindungan hukum represif yang mencakup setiap masyarakat mempunyai hak dalam menuntut pemenuhan haknya dalam merek sebagai perwujudan.<sup>55</sup> Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia masuk pada kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap

---

<sup>55</sup>Jisia Mamahit. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa*, Lex Privatum Vol. I No. 3 Juli 2013.h. 1.

tindakan pemerintah bersumber pada konsep pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.

#### **4. Tujuan Perlindungan Hukum**

Berdasarkan bentuk perlindungan hukum, tujuan perlindungan hukum juga dibagi menjadi 2 macam, yaitu:<sup>56</sup>

- a. Tujuan Perlindungan Hukum Preventif, sebagai langkah pencegahan sebelum adanya pelanggaran, seperti dibuatnya peraturan yang akan membatasi dalam melakukan kewajiban.
- b. Tujuan Perlindungan Hukum Represif, sebagai langkah pengendalian pelanggaran berupa sanksi yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, seperti sanksi denda, sanksi penjara, dan hukuman tambahan.

### **C. Aturan Tentang Penyelesaian Sengketa Pemegang Merek**

#### **1. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan**

Penyelesaian sengketa dilakukan melalui pengadilan sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dapat diajukan kepada Pengadilan Niaga oleh pihak pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis, yaitu:

- a. Gugatan ganti rugi, dan atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan dengan menggunakan merek tersebut.

Persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara Merek yang satu dan Merek yang

---

<sup>56</sup>Jisia Mamahit. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa*, Lex Privatum Vol. I No. 3 Juli 2013.h. 2.

lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut. Gugatan sebagaimana disebutkan di atas diajukan kepada Pengadilan Niaga gugatan atas pelanggaran Merek dapat diajukan oleh penerima Lisensi Merek terdaftar, baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik Merek yang bersangkutan. Selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar, atas permohonan pemilik Merek atau penerima Lisensi selaku penggugat, hakim dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran dan atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan Merek tersebut secara tanpa hak.

Dalam hal tergugat dituntut juga menyerahkan barang yang menggunakan Merek secara tanpa hak, hakim dapat memerintahkan bahwa penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap. Terhadap putusan Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi. Selain melalui Pengadilan Niaga penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan di Pengadilan Negeri dengan perkara pidana dimana Undang-undang Merek memberikan ancaman pidana kepada setiap orang yang menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya ataupun yang sama pada pokoknya. Kedua bentuk perbuatan ini diklasifikasikan sebagai kejahatan.

Besarnya ancaman pidana, ditentukan dalam ketentuan Pasal 90 dan Pasal 91, sebagai berikut Pasal 90 menyatakan bahwa “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”. Pasal 91 menyatakan bahwa “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek

yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah)”.

## **2. Penyelesaian Sengketa Alternatif (*Alternatif Dispute Resolution*)**

Penyelesaian Sengketa Alternatif dalam penyelesaian sengketa merek diatur dalam Pasal 84 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, selain dalam Undang-Undang Merek penyelesaian sengketa alternatif lebih khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Alternatif. Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 yang dimaksud dengan Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli. Berdasarkan ketentuan diatas maka dapat dilihat ada beberapa macam penyelesaian sengketa alternatif yaitu:<sup>57</sup>

### **a. Konsultasi**

Di dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tidak dirumuskan pengertian konsultasi. Pengertian konsultasi menurut Black Law Dictionary yang pada prinsipnya konsultasi merupakan suatu tindakan yang bersifat personal antara suatu pihak tertentu, yang disebut dengan klien dengan pihak lain yang merupakan pihak konsultan, yang memberikan pendapatnya kepada klien tersebut untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan kliennya tersebut.

Klien tidak terikat atau berkewajiban untuk memenuhi pendapat pihak konsultan. Klien bebas untuk menentukan sendiri keputusan yang

---

<sup>57</sup> Gunawan Widjaya, Alternatif Penyelesaian Sengketa, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm 86

akan diambil untuk kepentingannya sendiri, walau tidak tertutup kemungkinannya untuk mempergunakan pendapat yang disampaikan pihak konsultan. Konsultan hanya bertugas memberikan pendapat (hukum), sebagaimana diminta kliennya, selanjutnya keputusan mengenai penyelesaian sengketa tersebut diambil sendiri oleh para pihak.<sup>58</sup>

b. *Negosiasi*

Menurut Pasal 6 ayat 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 pada dasarnya para pihak dapat berhak untuk menyelesaikan sendiri sengketa yang timbul diantara mereka. Kesepakatan mengenai penyelesaian tersebut selanjutnya harus dituangkan dalam bentuk tertulis yang disetujui oleh para pihak. *Negosiasi* merupakan salah satu penyelesaian sengketa alternatif yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bersengketa atau kuasanya secara langsung pada saat *negosiasi* dilakukan, tanpa keterlibatan pihak ketiga sebagai penengah. Para pihak yang bersengketa yang secara langsung melakukan perundingan atau tawar-menawar sehingga menghasilkan suatu kesepakatan bersama. Para pihak yang bersengketa sudah barang tentu telah berdiskusi atau bermusyawarah sedemikian rupa agar kepentingan-kepentingan dan hak-haknya terakomodir menjadi kepentingan atau kebutuhan bersama para pihak yang bersengketa. Pada umumnya kesepakatan bersama tersebut dituangkan secara tertulis.

c. *Mediasi*

*Mediasi* merupakan salah satu penyelesaian sengketa dengan bantuan pihak ketiga (*mediator*) yang tidak memihak (*imparsia*) yang turut aktif memberikan bimbingan atau arahan guna mencapai penyelesaian. Namun ia tidak berfungsi sebagai hakim yang berwenang

---

<sup>58</sup> Gunawan Widjaya, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 38

mengambil keputusan. Inisiatif penyelesaian tetap berada pada tangan para pihak yang bersengketa.

Dalam kaitan dengan Mediasi menurut ketentuan Pasal 6 ayat (2) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 menyatakan atas kesepakatan tertulis para pihak, sengketa atau beda pendapat diselesaikan melalui bantuan “seorang atau lebih penasehat ahli” maupun melalui seorang mediator. Kesepakatan penyelesaian sengketa atau beda pendapat secara tertulis adalah final dan mengikat bagi para pihak untuk dilaksanakan dengan itikad baik. Kesepakatan tertulis, wajib didaftarkan ke Pengadilan Negeri dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak penandatanganan dan wajib dilaksanakan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak pendaftaran. Mediasi ini pada dasarnya telah diatur melalui Peraturan Mahkamah Agung (Perma) Nomor 2 tahun 2003 yang dimana sejak 31 Juli 2008, Mahkamah Agung sudah menerbitkan beleid baru tentang prosedur mediasi di pengadilan. Beleid dimaksud adalah Perma No. 1 Tahun 2008.

#### d. Konsiliasi

Konsiliasi adalah suatu proses penyelesaian sengketa alternatif yang melibatkan seorang pihak ketiga atau lebih, dimana pihak ketiga yang diikutsertakan untuk menyelesaikan sengketa adalah seseorang yang secara profesional sudah dapat dibuktikan keahliannya. Konsiliator dalam proses konsiliasi ini memiliki peran yang cukup berarti, oleh karena konsiliasitor berkewajiban untuk menyampaikan pendapatnya mengenai duduk persoalan dari masalah atau sengketa yang dihadapi, alternatif cara penyelesaian sengketa yang dihadapi, bagaimana cara penyelesaian yang terbaik, apa keuntungan dan kerugian bagi para pihak, serta akibat hukumnya.

### **3. Penyelesaian Sengketa Melalui Arbitrase**

Arbitrase adalah institusi hukum alternatif bagi penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Sebagian besar pengusaha lebih suka menyelesaikan sengketa yang timbul diantara mereka melalui arbitase dari pada pengadilan karena beberapa alasan yaitu:<sup>59</sup>

- a. Pengusaha asing lebih suka menyelesaikan sengketa melalui arbitase di luar negeri karena menganggap sistem hukum dan pengadilan setempat berbeda bagi mereka. Sebenarnya alasan inipun tidak terlalu benar karena mereka bisa menunjuk pengacara setempat untuk mewakili mereka di depan pengadilan.
- b. Pengusaha-pengusaha negara maju beranggapan hakim-hakim negara berkembang tidak menguasai sengketa-sengketa dagang yang melibatkan hubungan-hubungan niaga dan keuangan internasional yang rumit. Alasan ini sepenuhnya juga tidak benar karena hakim dapat memanggil saksi ahli.
- c. Pengusaha negara maju beranggapan penyelesaian sengketa melalui pengadilan akan memakan waktu yang lama dan ongkos yang besar, karena proses pengadilan yang panjang dari tingkat pertama sampai tingkat Mahkamah Agung.
- d. Keengganan pengusaha asing untuk menyelesaikan sengketa didepan pengadilan bertolak dari anggapan bahwa pengadilan akan bersikap subyektif kepada mereka, karena sengketa diperiksa dan diadili berdasarkan bukan hukum Negara mereka, oleh hakim bukan dari Negara mereka.
- e. Penyelesaian sengketa di pengadilan akan mencari siapa yang salah dan siapa yang benar, dan hasilnya akan dapat merenggangkan hubungan dagang diantara mereka. Penyelesaian sengketa melalui arbitrase dianggap dapat melahirkan putusan yang kompromis, yang dapat diterima oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

---

<sup>59</sup> Erman Rajagukguk, *Arbitrase Dalam Putusan Pengadilan*, Chandra Pertama, Jakarta, 2000, hlm

- f. Penyelesaian sengketa melalui Arbitrase tertutup sifatnya, sehingga tidak ada publikasi mengenai sengketa yang timbul. Publikasi mengenai sengketa suatu yang tidak disukai oleh para pengusaha.

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 yang dimaksud dengan Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Pada dasarnya, arbitrase dapat berwujud dalam 2 (dua) bentuk yaitu:

- a) Klausula Arbitrase yang tercantum dalam suatu perjanjian tertulis yang dibuat para pihak sebelum timbul sengketa (*Pactum de comprometindo*)
- b) Suatu perjanjian Arbitrase tersendiri yang dibuat para pihak setelah timbul sengketa (Akta Kompromis)

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM KASUS PEMAKAIAN MEREK CHITATO TANPA IZIN**

### **A. Tinjauan Umum PT. Indofood Fritolay Makmur**

#### **1. *Company Profile* PT. Indofood Fritolay Makmur**

Perusahaan Indofood awalnya didirikan dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma yang kemudian pada tahun 1991 nama PT tersebut berubah menjadi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan mie instant dan makanan olahan terkemuka di Indonesia yang menjadi salah satu cabang perusahaan yang dimiliki oleh Salim Group. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Cabang Bandung didirikan pada bulan Mei 1992 dengan nama PT. Karya Pangan Inti Sejati dan merupakan salah satu cabang dari PT. Sanmaru Food Manufacturing Company Ltd. yang berpusat di Jakarta. PT tersebut mulai beroperasi pada bulan Oktober 1992, dengan jumlah karyawan yang ada sebanyak 200 orang. Pada tahun 1994, terjadi penggabungan beberapa anak perusahaan yang berada di lingkup Indofood Group, sehingga mengubah namanya menjadi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. yang khusus bergerak dalam bidang pengolahan mie instan. Visi dari perusahaan ini adalah menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi, dan menjadi pemimpin di industri makanan. Misinya adalah untuk menjadi sebuah perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia di bidang industri makanan, khususnya dalam menciptakan brand ternama yang kini sudah berhasil dilakukannya yakni dengan hadirnya chitato sebagai produk makanan ringan.

*Chitato* diproduksi oleh PT. Indofood Fritolay Makmur alamat Sudirman Plaza, Indofood Tower Lantai 27, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76-

78, Jakarta Selatan 12910 yang merupakan anak perusahaan dari PT. Indofood, sebuah produsen makanan yang cukup besar di Indonesia.<sup>60</sup>

Chitato diproduksi oleh PT. Indofood Fritolay Makmur dengan perusahaan berada di Tangerang (15710) - Indonesia. Data yang disajikan di atas merupakan data yang terdapat pada kemasan 15 g: rasa sapi panggang (beef bbq) dengan takaran saji 20 g. Kandungan dari Chitato terdiri dari Kentang (62%), minyak olein kelapa sawit, bumbu rasa sapi panggang (mengandung gula, garam, penguat rasa mononatrium glutamat, susu bubuk, penguat rasa dinatrium guanilat, dinatrium inosinat, antioksidan asam askorbat, alfa tokoferol dan BHA), ekstrak daging sapi (0.01%). BPOM RI MD 272831023097, Sertifikat Halal LPPOM MUI 00100037591205. Produk *Chitato* yang dikeluarkan PT. Indofood Fritolay Makmur dengan nomer register D002009023195.<sup>61</sup>

Berikut merupakan Sertifikat halal merek Chitato pada LPPOM MUI:



<sup>60</sup> Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Ham R.I (<http://merek.dgip.go.id/sertifikat-merek>) Diakses Pada Tanggal 06 September 2021 Pukul 15.00 Wib

<sup>61</sup> *Ibid.*, h. 2.

Berikut ini merupakan nomor register merek Chitato yang terdaftar dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI):

Pangkalan Data Kekayaan Intelektual

Merek

No. Pendaftaran: **IDM000292276** | Tgl. Pendaftaran: **2011-02-07**

**CHITATO**

Status: **(TM) Didaftar**

Detail

NOMOR PENGUMUMAN	TANGGAL PENGUMUMAN
NOMOR PERMOHONAN <b>D002009023195</b>	TANGGAL PENERIMAAN <b>2009-07-15</b>
TANGGAL DIMULAI PELINDUNGAN <b>2009-07-15</b>	TANGGAL BERAKHIR PELINDUNGAN <b>2029-07-15</b>



Publikasi

Translasi: CHITATO = Suatu penamaan

Kelas Nice	KODE KELAS	JENIS BARANG / JASA
	29	Kripik, kacang-kacang yang sudah diolah

Chitato tentu kita teringat dengan makanan ringan berisi keripik kentang dengan berbagai macam rasa yang memiliki harga terjangkau dan komposisi yang cukup. Chitato sendiri merupakan salah satu produk keluaran PT Indofood yang sudah ada semenjak 1990. Dalam 27 tahun perjalanannya, Chitato tentu banyak mengalami perubahan dari segi rasa, kemasan maupun harga. Produk tersebut terus berkembang melakukan inovasi dan bertahan sampai saat ini. Berdasarkan data yang didapat dari website Chitato resmi mengatakan bahwa Chitato menjadi salah satu brand makanan ringan yang sudah meraih penghargaan sebagai Top Brand Award 2010. Chitato mengusung brandnya dengan satu *tag line* atau slogan yaitu “*Life is never flat*” dengan tujuan memberitahu kepada konsumennya

secara tidak langsung bahwa Chitato akan terus berinovasi mengikuti perkembangan yang ada dan tidak pernah membosankan.

Visi :

1. Menjadi Total Food Solutions Company.

Misi :

1. Meningkatkan karyawan kami, proses kami dan teknologi kami.
2. Menghasilkan kualitas tinggi, inovatif, dan terjangkau.
3. Menjadi produk yang disukai oleh pelanggan.
4. Memastikan ketersediaan produk-produk kami kepada pelanggan domestik dan internasional.
5. Memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan penekanan pada gizi.
6. Meningkatkan *stakeholders* 'value'.

Tujuan Pendirian Perusahaan :

1. Memperluas bidang usaha secara terus menerus melalui bidang usaha internal maupun pengembangan usaha strategis.
2. Mengurangi biaya transportasi.
3. Selalu meningkatkan kesejahteraan karyawan.
4. Mensuplai daerah lain yang selalu kekurangan persediaan barang, dan
5. Berperan serta dalam pelestarian lingkungan hidup.

PT. Indofood Sukses Makmur didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 pada awalnya dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma, berdasarkan akta pendirian No.228, yang kemudian diubah dengan akta No.249, dan akta No.171. tanggal 15 November 1994. Tujuan utama didirikannya PT.Indofood Sukses Makmur adalah memproduksi makanan olahan (khususnya Mie Instant), Pengolahan gandum menjadi tepung terigu, industri makanan olahan terpadu, distribusi, perkebunan, dan pengolahan kelapa sawit. PT. Indofood Sukses Makmur merupakan induk perusahaan

(*holding company*), dari Indofood group (*group company*), yang merupakan gabungan perusahaan yang bersifat vertikal yang menguasai bidang usaha dari hulu ke hilir. Perusahaan group (*group company*), secara umum diartikan sebagai suatu gabungan atau susunan dari perusahaan-perusahaan yang secara yuridis mandiri yang terkait satu dengan yang lainnya begitu erat sehingga merupakan satu kesatuan ekonomi yang dipimpin oleh satu perusahaan induk secara sentral. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam group Indofood adalah:

1. PT.Gizindo Primanusantara yang bergerak dibidang industri makanan bayi,
2. PT.Ciptakemas Abadi bergerak dibidang usaha industri kemasan fleksibel dan Stryofoam,
3. PT.Intranusa Citra bergerak dibidang usaha perdagangan umum,
4. PT.Prima Inti Pangan Lestari bergerak dibidang usaha perdagangan umum,
5. PT.Myojo Prima Lestari bergerak dibidang usaha perdagangan umum,
6. PT.Tristara Makmur bergerak dibidang usaha perdagangan umum,
7. Purply Holding B.V. bergerak dibidang manajemen, administrasi, keuangan, dan investasi,
8. PT.Bogasari Sentra Flour Mill bergerak dibidang usaha industri pengolahan gandum,
9. PT.Inti Abadi Kemasindo bergerak dibidang industri kemasan,
10. PT.Indobahtera Era Sejahtera bergerak dibidang usaha jasa angkutan laut,
11. PT.Salim Ivomas bergerak dibidang perkebunan dan pengolahan kelapa sawit,
12. PT.Indoagri Inti Plantation bergerak dibidang usaha investasi saham dan pemberian jasa khususnya jasa manajemen dibidang perkebunan,
13. PT.Gunung Mas Raya bergerak dibidang perkebunan dan pengolahan kelapa sawit,

14. PT.Indriplant bergerak dibidang perkebunan dan pengolahan kelapa sawit,
15. PT.Cibaliung Tunggal Palntation,
16. PT.Serikat Putra bergerak dibidang usaha perkebunan dan pengolahan kelapa sawit,
17. PT.Intisari Flour Mills bergerak dibidang pengolahan gandum,
18. PT.Indomarco Adi Prima bergerak dibidang usaha distribusi produk-produk konsumen, dengan cakupan jaringan distribusi meliputi seluruh wilayah Indonesia,
19. PT.Sawitra oil Grains bergerak dibidang usaha perdagangan produk minyak nabati, terutama kelapa sawit,
20. PT.Bitung Manado oil Ltd, bergerak dibidang perdagangan produk minyak kelapa sawit, baik yang masih mentah dan bungkil kelapa,
21. PT.Intiboga sejahtera bergerak dibidang industri pengolahan minyak goreng nabati, margarin, shortening dengan bahan dasar CPO,
22. PT.Agra Giri Perkasa bergerak dibidang usaha produksi minyak kelapa mentah,
23. PT.Indosentra Pelangi bergerak dibidang usaha industri makana olahan yang menghasilkan produk-produk penyedap makanan terutama kecap dan sambal,
24. PT.Putri Daya Usahatama bergerak dibidang usaha umum,
25. PT.Indofood Fritolay Makmur bergerak dibidang usaha makanan ringan,
26. PT.Artanugraha mandiri bergerak dibidang usaha industri kopi bubuk,
27. Indofood International Finance Ltd bergerak dibidang manajemen, administrasi, keuangan, dan investasi,
28. PT.Mileva Makmur Mandiri bergerak dibidang usaha pengolahan susu,
29. Bogasari International Pte bergerak dibidang industri pengolahan/campuran terigu,
30. Willy East Holding bergerak dibidang manajemen, administrasi, keuangan, dan investasi,

31. PT.Manggala Batama Perdana bergerak dibidang usaha perdagangan berjangka.

Kepemilikan saham Indofood pada masing-masing perusahaan rata-rata 80%, sehingga PT.Indofood Sukses Makmur, menjadi induk perusahaan (*holding company*), dari perusahaan-perusahaan tersebut. Strategi usaha PT.Indofood Sukses Makmur mengacu pada prinsip 3A yaitu, *acceptability*, *affordability*, dan *availability*. Dengan prinsip *acceptability* berusaha menawarkan produk-produk yang merespon kebutuhan konsumen, prinsip *affordability* menciptakan produk yang ditujukan untuk segmen-segmen tertentu, dengan harga yang dapat terjangkau sesuai dengan segmen yang dituju, dan prinsip *availability* menjadikan produk-produk PT.Indofood Sukses Makmur, mudah untuk diperoleh konsumen melalui jaringan distribusi yang ekstensif.

## 2. Kronologi Kasus Pembajakan Merek Chitato

Penjualan snack kemasan ulang ilegal yang dikeluhkan konsumen diakui Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) karena sesuai dengan hasil penelusuran pihaknya. KKI menemukan adanya penjualan barang atau produk berupa produk makanan seperti *Chitato* yang merupakan produk jajanan ternama yang ada di Indonesia dan minuman yang diduga telah kadaluwarsa dengan modus pengemasan ulang barang atau mengganti tanggal kadaluwarsa secara ilegal di beberapa situs online di Indonesia. Berikut data yang dihimpun penulis dari platform-platform jual beli online:

**Tabel 3.1 Platform Pembajakan Merek Chitato**

No.	Platform	Jumlah Toko Pembajak	Nama Toko Pembajak
1.	Shopee	2 Toko	Yosinaangel, dan Camilan_Official,

2.	Tokopedia	4 Toko	Amarza_Shop, Camilanung, Aelea Store, dan Cemil25
3.	Lazada	5 Toko	Grosiran_Snack, Cemilanz, Alfazza2, Sasastore, dan Amarsa_Shop
4.	Blibli	3 Toko	Buncit_Store, Tyown, dan Serbadda.

Rata-rata penjual snack kiloan di *E-Commerce* atau di online shop di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan Blibli merupakan penjual yang tidak mempunyai izin dari pihak PT. Indofood Fritolay Makmur dan pada platform penjual snack kiloan tidak ada yang mencantumkan BPOM, serta kemasan yang hanya alakadarnya saja dengan menjual dengan netto yang tidak sesuai dengan apa yang semestinya produk Chitato dari PT. Indofood Fritolay Makmur. Dengan rata-rata rating yang dimiliki oleh penjual online shop di platform *E-Commerce* tersebut dengan rata-rata sebesar 4.6 bintang, dikarenakan harga yang murah membuat para konsumen untuk tertarik membeli di online shop tersebut padahal tidak ada BPOM dalam kemasan serta netto yang juga tidak dicantumkan.

PT. Indofood Fritolay Makmur sendiri sudah melakukan pencegahan dengan melakukan somasi kepada para penjual snack kiloan di platform *E-Commerce* di Indonesia karena untuk meminimalisir akan terjadinya seperti keracunan yang dialami oleh para konsumen, serta ada keluhan konsumen karena kemasan yang tidak layak, dalam pengemasan dengan alakadarnya saja dan hanya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa adanya pertanggung jawaban dari para pihak penjual online tersebut. PT. Indofood Fritolay Makmur melakukan somasi

dengan para penjual agar mentakedown snack Chitato yang dijual di toko pada platform *E-Commerce* tersebut.

Hasil penelusuran tersebut kemudian dilaporkan ke Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga pada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Penelusuran bermula dari banyaknya pengaduan masyarakat tentang maraknya penjualan barang atau produk yang diduga palsu atau telah kadaluwarsa yang dikemas ulang di situs-situs online ternama di Indonesia. Barang atau produk ilegal tersebut diduga selain dibeli konsumen pengguna akhir, sebagian juga digunakan membuat berbagai panganan, seperti roti, kue, jajanan dan minuman kekinian.<sup>62</sup>

Berdasarkan pengaduan tersebut, KKI telah melakukan investigasi sejak 5 September 2019 sampai dengan 1 April 2020 melalui 4 situs online ternama di Indonesia, yakni Tokopedia, Bukalapak, Facebook, dan Shopee. Ketua KKI David Tobing menjelaskan berdasarkan hasil investigasi yang telah dilakukan, terdapat penjualan barang atau produk di situs-situs online yang diduga palsu atau telah kadaluwarsa yang dikemas ulang secara ilegal. Hal tersebut melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 Ayat (1) huruf a, c, g, i dan Ayat (2). Tidak hanya melanggar ketentuan soal perlindungan konsumen, melakukan pengemasan ulang produk yang tidak mendapatkan izin juga melanggar peraturan-peraturan berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan Pasal 84 Ayat (1) dan Pasal 99 serta Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan Pasal 3 Ayat (1) dan (3), Pasal 3 Ayat (1) sampai (3), Pasal 5 Ayat (1), Pasal 69, dan Pasal 70.

Penyelesaian Sengketa Alternatif dalam penyelesaian sengketa merek diatur dalam Pasal 84 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, selain dalam Undang-Undang Merek penyelesaian

---

<sup>62</sup> Dilansir pada Bandar Lampung (Lampost.co)

sengketa alternatif lebih khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Alternatif. Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 yang dimaksud dengan Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli.

Lebih dari 100 barang/produk yang dikemas ulang dari situs online mayoritas adalah makanan ringan yang dikonsumsi anak-anak dan menemukan barang/produk tersebut 'dipalsukan' dengan cara pengemasan ulang (*repack*) hal ini dapat berdampak buruk bagi kesehatan konsumen. Modus yang digunakan, antara lain dengan mengeluarkan produk dari kemasan asli dan memasukan kembali barang atau produk tersebut menggunakan plastik bening dan ditandai dengan potongan kemasan bekas produk tersebut, dan modus lainnya mengganti tanggal kedaluwarsa pada kemasan aslinya. Beberapa barang yang dijual bahkan tidak mencantumkan kembali merek sebenarnya dari produk tersebut, namun hanya dicantumkan pada situs onlinenya.

Penjualan produk yang dikemas ulang secara ilegal tersebut juga tidak memenuhi standar higienis dan tidak memenuhi ketentuan label pangan olahan yang disyaratkan. Sebab, tidak mencantumkan berat bersih produk, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu, tidak mencantumkan komposisi, tidak mencantumkan tanggal pembuatan, dan tidak mencantumkan alamat pelaku usaha. Produk yang dikemas ulang dan sudah kedaluwarsa kemudian diganti tanggalnya yang dijual ke masyarakat dapat menimbulkan masalah kesehatan bagi masyarakat, terutama anak-anak. Pihak-pihak yang melakukan pelanggaran tersebut harus ditindak tegas oleh pihak yang berwenang. KKI juga telah menyurati dan mengonfirmasi produsen barang atau produk yang dikemas ulang dan para

produsen menyatakan tidak pernah mengemas ulang serta sudah memproduksi dengan standar yang ditentukan.

Dalam laporan tersebut, KKI telah meminta Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga pada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk menindaklanjuti temuan atas penjualan barang atau produk palsu dan barang atau produk ilegal repack yang dipasarkan melalui situs online dan menghentikannya dari peredaran serta menindak tegas "*master mind*" dan para oknum yang melakukan pengemasan ulang dan atau mengganti tanggal kadaluwarsa produk tersebut. KKI menghimbau konsumen untuk lebih berhati-hati dalam membeli produk makanan dan minuman melalui *e-commerce* atau platform agar terhindar dari bahaya mengonsumsi panganan yang tidak memenuhi standar. Konsumen juga diimbau agar membeli barang atau produk sesuai kemasan asli yang dibuat produsen. KKI mengingatkan pengelola platform dan *e-commerce* akan tanggung jawabnya untuk memastikan produk-produk yang dijual para *merchant*-nya tidak berbahaya bagi kesehatan sesuai Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 5 Tahun 2016 tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang berbentuk user generated content. Pengelola platform dan *e-commerce* juga harus memperhatikan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

#### **BAB IV**

### **PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG MEREK CHITATO DARI PEMBAJAKAN**

### **A. Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Pemegang Merek Chitato Terhadap Pelaku Usaha Snack Kiloan Yang Menggunakan Chitato Tanpa Hak Merek.**

Suatu merek harus mendapatkan perlindungan hukum agar tidak terjadinya pelanggaran terhadap merek. Perlindungan hukum bertujuan untuk melindungi pemilik atau pemegang merek terhadap pelaku usaha yang tidak mempunyai iktikad baik dalam kegiatan ekonominya. Perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik atau pemegang merek berupa perlindungan preventif yaitu perlindungan yang untuk melakukan pencegahan adanya pelanggaran merek dan respresif yaitu perlindungan yang dilakukan setelah pelanggaran terhadap merek terjadi. Salah satu bentuk perlindungan hukum terhadap merek adalah pendaftaran merek.

Perlindungan hukum terhadap merek dagang terdaftar mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas merek untuk menjamin kepastian dalam melakukan kegiatan usaha bagi para produsen, serta dapat menarik investor bagi merek dagang asing, sedangkan hukum yang diberikan kepada merek dagang lokal diharapkan agar dapat berkembang secara meluas di dunia internasional.

Makanan snack Chitato tersebut dikemas ulang menggunakan plastik bening dan dijual dengan berat mulai 250 gram, 500 gram, hingga 1 kg. Peredaran *snack* kemasan ulang tersebut mulai marak di Indonesia, baik yang dijual via *market place (online)* maupun toko *offline*. Membeli snack kiloan kemasan ulang pun bisa lebih hemat 3 hingga 4 kali lipat dari harga asli panganan tersebut. Lampost.co pun mencoba membeli salah satu *snack* ternama yang dikemas ulang pada 10 Mei 2020. Dari pantauan pada kemasan tersebut, sama sekali tidak ada keterangan izin edar, tanggal kedaluwarsa, maupun keterangan halal dan hanya ditemplei merek. Salah seorang warga di Sepangjaya terkejut karena membeli *snack* kiloan dengan *brand* ternama namun makanan tersebut sudah tidak layak konsumsi. Bahkan, dalam kemasan

yang hanya bungkus plastik tidak ada bukti layak makan, izin kesehatan ataupun tanggal kadaluwarsa.<sup>63</sup>

Menurut salah satu pembeli di Lampung menjelaskan bahwa membeli *snack* kentang *brand* ternama, tapi rasanya tengik dan tidak tahu apa karena bungkusnya yang tidak rapat atau kadaluwarsa. Pembeli tersebut juga mengatakan setelahnya takut keracunan sehingga langsung meminum air putih yang banyak. Pembeli mengatakan semua brand ternama mulai dari *snack*, coklat, biskuit *brand* ternama dijual kiloan,". Pihak lampost.co mencoba untuk membeli snack tersebut di tempat yang sama, terlihat dari penampilan sangat mirip dengan snack ternama yang dijual di berbagai minimarket dan supermarket. Dari segi bentuk dan warna, terlihat tak ada beda. Pun ketika tim lampost.co membandingkan dengan snack yang dibeli langsung di salah satu minimarket. Yang membedakan, keripik kentang rasa sapi panggang tersebut memiliki rasa yang tengik dan berbau, selain itu juga dari segi tekstur tidak lagi renyah seperti halnya keripik kentang (*Chitato*).<sup>64</sup>

Pelaku usaha yang melakukan kecurangan tersebut, karena menggunakan merek tanpa hak tidak mendapatkan lisensi secara resmi dari pelaku usaha atau pemegang merek yang bersangkutan. Menurut Pasal 1 angka 13 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemegang Merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan atau jasa didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu. Selain itu, sangat mudah untuk melisensikan sebuah merek yang sudah terdaftar pada pelaku usaha lain, yang selanjutnya akan menambah sumber pendapatan pelaku usaha yang bersangkutan, dan dapat menjadi dasar bagi persetujuan bisnis waralaba. Penggunaan merek tanpa melalui izin

---

<sup>63</sup> Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](#)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

<sup>64</sup>Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](#)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

tersebut, didasarkan dari sikap kurang percaya dirinya pelaku usaha snack kiloan *Chitato* tanpa hak yang akan dijual. Selain itu, mereka juga ingin meraup keuntungan secara instan dari penggunaan merek *Chitato* yang telah terkenal tersebut. Hal tersebut sungguh sangat merugikan pelaku usaha atau pemegang merek *Chitato*.

Hal tersebut dapat terpenuhi apabila dalam perlindungan tersebut memuat unsur-unsur perlindungan hukum, antara lain negara melindungi masyarakatnya, masyarakat yang terlindungi tersebut akan terjamin kepastian hukumnya, selanjutnya hal-hal yang berkaitan dengan hak warga negara tersebut akan terdapat sanksi apabila ada yang melanggar. Menurut Pasal 1 angka 5 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pemegang merek mempunyai hak atas merek berupa hak eksklusif terhadap suatu merek terdaftar yang diberikan oleh Negara dengan jangka waktu tertentu. Hak eksklusif tersebut berdasarkan atas sifat hak merek yang bersifat khusus sebagai konsep dari perlindungan hukum dari hak merek tersebut. Hak tersebut hanya bisa dilakukan oleh pemilik merek, karena bersifat monopoli.<sup>65</sup>

Orang yang telah mendaftarkan mereknya yaitu pemilik merek mempunyai hak monopoli atau hak eksklusif yaitu hak untuk mengizinkan atau melarang setiap orang yang akan menggunakan merek yang telah didaftarkan.

Oleh karena itu, pada saat akan menggunakan hak khusus suatu merek terdaftar tersebut harus memperoleh izin dari pemilik merek. Apabila ada pelaku usaha lain yang menggunakan hak tersebut tanpa sepengetahuan dan seizin dari pemilik merek tersebut, maka pelaku usaha tersebut melakukan pelanggaran. Snack *Chitato* merupakan produk makanan ringan yang terkenal karena memiliki rasa yang enak dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. *Chitato* kemasan 75 gram dijual dengan harga Rp 5.900 per

---

<sup>65</sup> Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2011) Hal. 38

kemasannya. Sedangkan snack Chitato kiloan dijual dengan harga Rp 18.650 per 250 gram.

Penjualan snack kemasan ulang ilegal yang dikeluhkan konsumen diakui Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) karena sesuai dengan hasil penelusuran pihaknya. KKI menemukan adanya penjualan barang/produk berupa produk makanan seperti *Chitato* yang merupakan produk jajanan ternama yang ada di Indonesia dan minuman yang diduga telah kadaluwarsa dengan modus pengemasan ulang barang atau mengganti tanggal kadaluwarsa secara ilegal di beberapa situs online di Indonesia. Berikut data yang dihimpun penulis dari platform-platform jual beli online:

**Tabel 3.1 Platform Pembajakan Merek Chitato**

No.	Platform	Jumlah Toko Pembajak	Nama Toko Pembajak
1.	Shopee	2 Toko	Yosinaangel, dan Camilan_Official,
2.	Tokopedia	4 Toko	Amarza_Shop, Camilanung, Aelea Store, dan Cemil25
3.	Lazada	5 Toko	Grosiran_Snack, Cemilanz, Alfazza2, Sasastore, dan Amarsa_Shop
4.	Blibli	3 Toko	Buncit_Store, Tyown, dan Serbadda.

Rata-rata penjual snack kiloan di *E-Commerce* atau di online shop di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan Blibli merupakan penjual yang tidak mempunyai izin dari pihak PT. Indofood Fritolay Makmur dan pada platform penjual snack kiloan tidak ada yang mencantumkan BPOM, serta kemasan yang hanya alakadarnya saja dengan menjual dengan netto yang tidak sesuai dengan apa yang semestinya produk Chitato dari PT. Indofood Fritolay Makmur. Dengan rata rata rating yang dimiliki oleh penjual online shop di

platform *E-Commerce* tersebut dengan rata-rata sebesar 4.6 bintang, dikarenakan harga yang murah membuat para konsumen untuk tertarik membeli di online shop tersebut padahal tidak ada BPOM dalam kemasan serta netto yang juga tidak dicantumkan.

Pelaku usaha snack Chitato kiloan tanpa hak jelas sangat merugikan pemilik merek karena pelaku usaha tersebut telah memakai merek dengan sengaja. Kesadaran hukum dan kepatuhan hukum adalah dua hal yang akan menentukan efektivitas atau tidaknya pelaksanaan undang-undang di masyarakat.<sup>66</sup> Hal tersebut jelas sangat merugikan omzet penjualan pemegang merek karena konsumen akan beralih membeli produk snack Chitato kiloan yang lebih murah dan memiliki isi yang banyak. Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Sedangkan snack Chitato kiloan tersebut mempunyai unsur-unsur yang sama dengan merek Chitato yang asli, seperti gambar, logo, nama, kata-kata, huruf, susunan warna dan kombinasi unsur yang terdapat dalam kemasan Chitato aslinya.<sup>67</sup>

Hal ini dapat mengakibatkan konsumen menjadi bingung dan secara tidak langsung mempengaruhi reputasi dari pemegang merek terdaftar Chitato. Pentingnya perlindungan hukum bagi pemegang merek dapat memajukan perkembangan perekonomian dengan dilindunginya suatu merek dapat membuat reputasi pemegang merek menjadi baik sehingga dapat mendorong kegiatan usaha berdasarkan itikad baik. Pemohon dikatakan bertitikad tidak baik apabila mendaftarkan mereknya dengan tidak jujur atau ada niat yang

---

<sup>66</sup> Tasya Anzellyta dan Anis Fitriia, *The Effectiveness Of Halal Product Guarantee Law On Business Awareness In Registration Of Halal Certification In Indonesia*, WALREV (Walisongo Law Review), (Semarang, April 2022), Vol. 4 No. 1, hlm. 113.

<sup>67</sup> Fajar Nurcahya, Op cit, hlm 103.

tersembunyi misalnya adanya pemboncengan merek, peniruan yang disengaja, atau menjiplak ketenaran sehingga dapat mengecoh atau menyesatkan konsumen. Namun dalam hal ini konsumen yang memiliki pengetahuan yang umum akan mengira bahwa produk snack Chitato kiloan adalah produk dari merek Chitato yang asli karena bentuk produk sama seperti aslinya. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut dapat dijatuhi sanksi tertentu.

Oleh karena itu, perlindungan terhadap pelanggaran atas merek tersebut terutama pada merek terkenal perlu dilaksanakan. Secara umum merek terkenal seperti Chitato banyak dijadikan sebagai objek dari peniruan merek, karena merek yang sudah terkenal tersebut mampu meraup keuntungan yang besar bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut. Maka dari itu, agar tidak adanya peniruan merek perlu adanya suatu bentuk perlindungan hukum yaitu bentuk perlindungan hukum secara preventif dan bentuk perlindungan secara represif. Bentuk perlindungan hukum preventif merupakan cara pencegahan agar suatu merek terkenal tidak dapat digunakan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki izin dari pemilik merek. Cara yang dapat dilakukan seperti:<sup>68</sup>

1. Adanya kepastian terhadap aturan mengenai suatu merek terkenal. Kepastian terhadap suatu aturan mengenai merek terkenal berhubungan dengan materi hukum pada peraturan perundang-undangan tersebut yaitu Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam materi hukum peraturan tersebut terutama dalam hal merek terkenal serta perlindungan hukumnya harus jelas agar tidak menimbulkan penafsiran ganda.
2. Pendaftaran merek Hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran merek yang berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum untuk pemilik merek. Pasal 20 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan apabila:

---

<sup>68</sup> Jacki Ambadar, Miranti Abidin dan Yanty Isa, *Mengelola Merek*, (Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2017) hlm. 79.

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Pemilik merek tersebut dapat mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Pemilik merek yang mendaftarkan mereknya merupakan bentuk kesadaran pribadi yang timbul akan pentingnya perlindungan hukum bagi mereknya tersebut. Oleh karena itu, pendaftaran suatu merek adalah suatu kewajiban bagi pemilik merek. Snack Chitato kiloan jelas tidak dapat dimohonkan pendaftarannya karena telah memuat unsur-unsur yang bertentangan dengan Pasal tersebut diatas, seperti adanya kesamaan logo, rasa dan bentuk produk atau dengan kata lain Snack Chitato kiloan tidak memiliki daya pembeda dengan Snack Chitato aslinya. Sehingga, pelaku usaha Snack Chitato tidak akan bisa mendaftarkan produknya kecuali pelaku usaha Snack Chitato beritikad baik untuk meminta hak memakai atau menggunakan merek Chitato kepada pemegang merek terdaftar Chitato.

3. Penolakan pendaftaran merek. Penolakan terhadap merek hanya berlaku apabila suatu merek yang akan didaftarkan tersebut mempunyai persamaan yang pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terdaftar sebelumnya. Yang dimaksud dengan persamaan pada pokoknya yaitu adanya kemiripan yang menonjol antara suatu merek dengan merek yang

lain yang dapat memberikan kesan adanya persamaan mengenai bentuk, cara penulisan, cara penempatan atau kombinasi diantaranya ataupun bunyi yang terdapat dalam merek tersebut. Permohonan pendaftaran merek tersebut juga harus ditolak apabila merek tersebut:

- 1) Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- 2) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
- 3) 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. Selain itu, menurut yurisprudensi "persamaan pada pokoknya" yang menyangkut:
  - a. Bunyi, contohnya merek Sony dengan Sonni;
  - b. Gambar, contohnya pada merek Miwon dan Ajinomoto keduanya mempunyai gambar mangkok merah walaupun posisi mangkok berbeda;
  - c. Adanya tambahan kata, contohnya pada merek Aqua dengan Aquaria;
  - d. Indikasi Geografis, contohnya Batik Pekalongan berasal dari pekalongan dan lain-lain.

Pendaftaran merek tersebut menganut sistem konstitutif yaitu pemilik merek adalah orang pertama yang mendaftarkan suatu merek, apabila ada pihak lain yang mendaftarkan merek yang sama dengan yang sebelumnya maka permohonan pendaftaran merek tersebut tidak dapat diterima atau ditolak. Pendaftaran hak atas merek juga dapat ditolak karena adanya itikad tidak baik dari pemohon. Jadi, walaupun pendaftaran merek menganut sistem konstitutif, permohonan yang diterima hanya pemilik yang memiliki itikad baik saja. Pada kasus snack Chitato kiloan, pelaku usaha tidak mendaftarkan

produknya, namun ia memanfaatkan nama Chitato yang telah terkenal dalam kegiatan usahanya.

Selain itu, pelaku usaha snack Chitato kiloan juga memanfaatkan kelemahan konsumen dengan menjual snack Chitato kiloan dengan harga yang lebih murah daripada snack Chitato aslinya. Konsumen yang tergiur dengan harga yang lebih murah tersebut secara langsung dapat mengancam kesehatan dirinya sendiri. Karena, kurangnya pengetahuan mengenai asal-usul dari snack Chitato kiloan yang dibelinya tersebut, asal murah, bentuk dan rasanya sama mereka menganggap bahwa produk yang dibelinya adalah snack Chitato asli. Sehingga langkah perlindungan hukum terhadap merek secara preventif pada snack Chitato kiloan kurang efektif. Snack Chitato kiloan telah banyak menarik minat masyarakat untuk membeli ataupun menjual kembali snack Chitato kiloan. Itu terbukti dari banyaknya *online store* maupun *offline store* yang menjual snack Chitato kiloan secara bebas.

Pemegang merek terdaftar Chitato juga diberikan bentuk perlindungan hukum terhadap merek secara represif terhadap pihak yang melakukan pelanggaran merek dapat dilakukan dengan memberikan sanksi. Pemberian sanksi tersebut dapat berupa sanksi perdata dan sanksi pidana melalui aparat penegak hukum. Sanksi perdata untuk pelaku usaha snack Chitato kiloan dapat digugat atas dasar perbuatan melanggar hukum sesuai dengan Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Acara Perdata yang menyatakan bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain, mewajibkan pihak yang bersalah mengganti kerugian. Dalam melakukan gugatannya pihak penggugat harus membuktikan kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha tersebut yakni pelaku usaha snack Chitato kiloan. Pada bentuk perlindungan secara represif ini diharapkan peran lembaga peradilan dan aparat penegak hukum, pegawai negeri sipil dan kejaksaan dapat bekerjasama dengan baik.

Dalam Pasal 83 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa:<sup>69</sup>

1. Pemilik Merek terdaftar dan atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa:
  - 1) Gugatan ganti rugi, gugatan ganti rugi dibagi menjadi 2 (dua) antara lain gugatan materiil yaitu tuntutan ganti rugi yang dapat dinilai dengan uang, sedangkan gugatan immateril yaitu tuntutan ganti rugi yang diakibatkan oleh penggunaan merek tanpa hak.
  - 2) Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.
2. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan.
3. Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga. Pemilik atau pemegang merek terdaftar Chitato dapat mengajukan permintaan ganti rugi sekaligus penghentian penggunaan merek Chitato terhadap pelaku usaha snack Chitato kiloan. Pemilik merek juga dapat memohonkan pembatalan terhadap merek yang didaftarkan sebelumnya oleh pihak lain. Pembatalan suatu merek yang terdaftar dilakukan untuk memberikan perlindungan bagi pemilik sah suatu merek. Pembatalan suatu merek yang telah terdaftar merupakan akibat dari kelemahan dari pihak Direktorat Merek, karena tidak teliti pada saat verifikasi permohonan pendaftaran merek.

Pemilik merek yang sah dapat melakukan gugatan ke Pengadilan Niaga di wilayah hukum tempat tinggal atau domisili tergugat mengenai pembatalan suatu merek terdaftar. Apabila gugatan pembatalan tersebut dikabulkan, maka merek tersebut dicoret dari Daftar Umum Merek sehingga sertifikat merek tidak dapat melindungi hak atas merek karena tidak berlaku

---

<sup>69</sup> Agung Sudjatmiko, Perlindungan Hukum Hak Atas Merek, Yuridika, Vol. 15 No. 5 September-Agustus 2000, hlm. 349.

lagi. Ketentuan pidana sebagai bentuk perlindungan terhadap pelaku usaha tanpa hak terdapat dalam Pasal 100 sampai 103 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 100 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa :<sup>70</sup> setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhan dan persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, yang jenis barangnya dapat menyebabkan gangguan kesehatan, lingkungan hidup, dan atau kematian manusia akan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 101 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dan persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pasal 102 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Dan dalam Pasal 103 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan. Dalam Pasal tersebut dijelaskan bahwa pelanggaran merek tanpa

---

<sup>70</sup> Agung Sudjatmiko, Perlindungan Hukum Hak Atas Merek, Yuridika, Vol. 15 No. 5 September-Agustus 2000, hlm. 350.

hak terdiri dari 2 (dua) macam, yaitu pelanggaran merek tanpa hak yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar dan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar. Pelaku usaha snack Chitato kiloan dapat dijatuhi sanksi pidana sesuai dengan ketentuan Pasal 100 ayat (2) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis karena Pelaku usaha snack Chitato kiloan menggunakan merek Chitato dengan mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar Chitato.

Pemberian sanksi dimaksudkan untuk membuat pelaku usaha snack Chitato kiloan menjadi jera dan tidak mengulangi perbuatannya lagi dengan memakai merek Chitato tanpa hak. Pemberian sanksi tersebut adalah upaya perlindungan bagi pemilik sah suatu merek berdasarkan Undang-undang Merek yang berlaku. Dalam pelaksanaannya diharapkan aparat penegak hukum harus tegas dan konsisten. Pelaku usaha snack Chitato kiloan diharapkan mempunyai itikad baik untuk memohonkan Lisensi kepada pemegang merek terdaftar Chitato agar dapat menggunakan sendiri atau memberikan Lisensi merek Chitato pada pihak lain sesuai dengan yang tercantum dalam Pasal 43 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Permohonan pencatatan lisensi ada 2 (dua) yaitu dapat dilakukan secara elektronik pada website resmi Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual dan secara non-elektronik berupa permohonan tertulis yang diajukan kepada menteri. Dengan demikian, kepastian hukum bagi pemegang hak atas merek Chitato dapat terjamin.<sup>71</sup>

## **B. Perlindungan Hukum Pemilik Merek Menurut Pandangan Islam**

Merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. Melalui merek, masyarakat sebagai konsumen akan dengan mudah mengenali suatu produk perusahaan tertentu. Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil

---

<sup>71</sup> H.M.N Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Djambatan,2007) hlm. 17.

perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam pasar. Fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known-mark*).<sup>72</sup>

Merek memiliki peranan yang penting bagi pemilik suatu produk yaitu membangun loyalitas konsumen. Merek dapat pula dilakukan strategi pemasaran berupa pengembangan produk kepada masyarakat pemakai atau kepada masyarakat konsumen, dimana kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh mutu suatu barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang mempunyai merek tersebut.

Di era globalisasi yang ditandai semakin ketatnya persaingan para pelaku bisnis tampak lebih memilih jalan pintas dengan meninggalkan nilai etis asalkan usahanya terselamatkan, daripada menjunjung tinggi etika. Suatu kegiatan bisnis harus dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika dan norma-norma itu digunakan agar para pengusaha atau pedagang tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh berkah dari Allah SWT dan memperoleh simpati dari masyarakat. Pada akhirnya, etika tersebut membentuk para pengusaha atau pedagang yang bersih dan dapat memajukan serta membersihkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Dalam melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan tersebut menjadi hal yang biasa dan tidak pernah diungkit permasalahannya. Seperti dalam firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 188 tentang larangan memakan harta orang lain secara batil dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain.

---

<sup>72</sup> Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah* Cetakan ke-6 (PT Bulan Bintang : Jakarta 2010) h., 43

النَّاسِ أَمْوَالٍ نَمِّ فَرِيقًا لِيَتَأْكُلُوا الْحَكَّامِ إِلَىٰ بِهَا وَتُدُلُّوا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا وَلَا تَعْلَمُونَ وَأَنْتُمْ بِالْآثِمِ

“Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui” (QS. Al-Baqarah ayat 188).<sup>73</sup>

Menjadikan manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi, dan Allah memberikan pada mereka “kekuasaan” untuk mengontrol sumber-sumber alam semesta ini. Pada saat yang sama manusia disebut sebagai “pemilik” dunia ini. Islam sendiri mengakui kepemilikan harta seseorang yang telah berada di tangan dan dalam kekuasaannya. Pengakuan hak kepemilikan ini berlaku bagi yang bersifat pribadi dan kekayaan publik. Dalam dua hal tersebut hendaknya dapat terus diingat bahwasannya manusia mendapat mandat kekuasaan untuk memegang kepemilikan itu. Maka dia harus menggunakan hak mandatnya dalam kekayaan miliknya itu sesuai dengan kehendak yang memberi mandat.

Haq Al-ibtikar yang berarti awal ataupun permulaan. Dalam fiqh Islam haq ibtikar adalah hak/cipta atau kreasi yang dihasilkan seseorang untuk pertama kali. Para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa landasan lapisan sosial ekonomi masyarakat indonesia. Melihat realitas tersebut sepertinya dengan adanya barang-barang tiruan dapat membantu dan mengakomodasi kebutuhan masyarakat lapisan ekonomi kelas bawah yang notabene tidak memiliki cukup uang, kemudian konsumen merasa lebih puas atas barang yang dibelinya meskipun barang tersebut hanyalah palsu belaka, namun ada kepuasan karena bisa membeli barang yang mirip aslinya dan harganya cenderung lebih murah.

---

<sup>73</sup> Ahmad Kurshid, *Development in an Islamic Framework*, (London: The Islamic Foundation, Edisi Revisi 2013), h., 33

Seperti yang telah tertera didalam Fatwa MUI No : 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) bahwa “HKI yang mendapat perlindungan hukum Islam adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum Islam.” Yang berarti Hak Merek yang mendapatkan perlindungan hukum Islam hanyalah produk-produk yang halal dan bukanlah produk-produk yang mengandung unsur haram ataupun gharar atau tidak jelas, sedangkan Hak Merek yang mengandung unsur haram ataupun tidak memiliki label halal masih mendapatkan perlindungan hukum seperti minuman alkohol yang termasuk dalam kelas 33 dan rokok yang termasuk dalam kelas 34 di dalam sistem klasifikasi merek Indonesia yang artinya produk-produk masih mendapatkan perlindungan Hak Merek sedangkan hal tersebut bertentangan dengan Fatwa MUI tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.<sup>74</sup>

Hak berasal dari bahasa Arab haq, secara harfiah (etimologis) berarti kepastian atau ketetapan, seperti yang terdapat dalam surat Yasin ayat 7 yang artinya: “Sungguh pasti berlaku perkataan Apabila seseorang telah memiliki suatu benda yang sah menurut syara“, orang tersebut bebas bertindak terhadap benda tersebut, baik

“Hak itu adalah kepemilikan yang ditetapkan oleh syara“ baik dalam bentuk kewenangan maupun pembebanan.” Ini adalah definisi yang bagus karena definisi ini mencakup berbagai macam hak yang bersifat agama seperti hak Allah terhadap hamba-Nya seperti shalat, puasa, dan sebagainya, hak-hak sosial seperti kepemilikan, hak-hak moral seperti hak taat bagi orang tua terhadap anak-anaknya dan suami terhadap istrinya, hak-hak umum seperti hak negara terhadap masyarakatnya untuk loyal, hak-hak yang bersifat harta seperti hak belanja dan yang tidak bersifat harta seperti perwalian.

Kepemilikan atau milik adalah hubungan antara manusia dan harta yang diakui oleh syariat dan membuatnya memiliki kewenangan terhadapnya,

---

<sup>74</sup> Husain Hamid Hasan, *Nazhariyah Al-Masglahah fi Al-Fiqh Al-Islami* (Mesir : Dar An-Nahdhah Al-Arabiyah 1971) h., 70

dan ia berhak melakukan tasharruf apa saja selama tidak ada larangan yang menghalanginya untuk itu. Apabila seseorang telah memiliki suatu benda yang sah menurut syara<sup>6</sup>, orang tersebut bebas bertindak terhadap benda tersebut, baik akan dijual maupun akan digadaikan, baik dia sendiri maupun dengan perantara orang lain.

Haq Al-Ibtikar yang artinya adalah hak kekayaan intelektual. Pengertian haq al-ibtikar tidak dapat dijumpai dalam literatur fiqh klasik, karenanya juga sulit diketahui definisinya oleh tokoh-tokoh fiqh klasik. Pembahasan haq al-ibtikar banyak dijumpai dalam pembahasan ulama fiqh kontemporer. Dr. Fathi Ad-Duraini, guru besar.

Ibtikar bila dikaitkan dengan pengertian harta dalam hukum Islam, menjadi perbedaan pendapat dikalangan ulama ahli fiqh. Menurut Ulama Hanafiyah, yang dinamakan harta adalah “Segala sesuatu yang mungkin disimpan dan bisa dimanfaatkan secara wajar.” Pengertian ini membawa akibat bahwa sesuatu itu dapat dipandang harta, jika memenuhi dua unsur yaitu:<sup>75</sup>

1. Dapat disimpan, maka sesuatu yang tidak bisa disimpan tidak dipandang sebagai harta.
2. Dapat dimanfaatkan secara biasa. Konsekuensi logis dari pendapat Ulama Hanafiyah adalah yang dinamakan harta harus bersifat benda atau sesuatu yang bersifat materi atau yang bisa diindra (kasat mata). Sedangkan manfaat atau hak bukan dipandang sebagai harta, tetapi merupakan kepemilikan.

Para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa landasan Hak Merek dalam fiqh Islam adalah ‘urf (suatu kebiasaan yang berlaku umum dalam suatu masyarakat) dan al-maslahah al-mursalah dapat dijadikan dasar dalam menetapkan hukum dalam fiqh Islam, selama tidak bertentangan dengan teks ayat dan atau hadis, dan hukum yang ditetapkan itu merupakan persoalan-persoalan duniawiyah Menurut ulama fiqh, sejak dikenalnya dunia cetak-

---

<sup>75</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2010), h. 32

mencetak, umat manusia telah melakukan suatu komoditi baru, yaitu memaparkan hasil pemikiran mereka dalam sebuah media serta memperjualbelikannya pada masyarakat luas. Disamping itu, hasil pemikiran ciptaan atau kreasi seseorang mempunyai pengaruh besar dalam mendukung kemaslahatan umat manusia sejalan dengan tujuan syariat. Oleh sebab itu, keberadaan ibtikar sebagai salah satu materi yang bernilai harta tak diragukan lagi.

Ulama Fiqh membagi kepemilikan kepada dua bagian yaitu :<sup>76</sup>

1. Milku al-tam (milik yang sempurna), yaitu apabila materi atau manfaat harta itu dimiliki sepenuhnya oleh seseorang, sehingga seluruh hak yang terkait dengan harta itu di bawah penguasaannya. Kepemilikan seperti ini bersifat mutlak tidak dibatasi waktu dan tidak digugurkan orang lain. Misal seseorang mempunyai rumah, maka ia berkuasa penuh terhadap rumah itu dan boleh ia memanfaatkannya secara bebas.
2. Al-milku al-naqis (milik yang tidak sempurna), yaitu apabila seseorang hanya menguasai materi harta itu , tetapi manfaatnya dikuasai orang lain, seperti sawah seseorang yang pemanfaatannya diserahkan kepada orang lain melalui wakaf, atau rumah yang pemanfaatannya dikuasai orang lain, baik melalui sewa-menyewa atau pinjam-meminjam

### **C. Analisis Akibat Hukum Bagi Pelaku Usaha Snack Kiloan Yang Menggunakan Merek Chitato Tanpa Hak**

Setiap orang yang tidak beritikad baik dengan sengaja akan menimbulkan akibat hukum, karena setiap pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam melakukan kegiatan perdagangan. Sesuai dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, yaitu antara lain:<sup>77</sup>

1. Pelaku usaha wajib beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, dengan adanya itikad baik diharapkan pelaku usaha dan konsumen dapat

---

<sup>76</sup> Masduki, Nana, *Fiqih Mu'amalatul Madiyah*, Cetakan ke-4 (Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati 2010) h.,21

<sup>77</sup> Haedah Faradz, Perlindungan Hak Atas Merek, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 8 No. 1 Januari 2008

saling merasa diuntungkan. Diuntungkan karena pelaku usaha mendapatkan keuntungan dari penjualannya dan konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam hal penggunaan Chitato tanpa hak, pelaku usaha snack Chitato kiloan tidak mencerminkan adanya itikad baik dalam kegiatan usahanya. pelaku usaha snack Chitato kiloan menggunakan Chitato tanpa hak yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang merek Chitato dan konsumen Chitato. Dari Hasil wawancara rata-rata penjual snack kiloan di E-Commerce atau di online shop di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan Blibli merupakan penjual yang tidak mempunyai izin dari pihak PT. Indofood Fritolay Makmur dan pada platform penjual snack kiloan tidak ada yang mencantumkan BPOM, serta kemasan yang hanya alakadarnya saja dengan menjual dengan netto yang tidak sesuai dengan apa yang semestinya produk Chitato dari PT. Indofood Fritolay Makmur. Dengan rata rata rating yang dimiliki oleh penjual online shop di platform *E-Commerce* tersebut dengan rata-rata sebesar 4.6 bintang, dikarenakan harga yang murah membuat para konsumen untuk tertarik membeli di online shop tersebut padahal tidak ada BPOM dalam kemasan serta netto yang juga tidak dicantumkan. PT. Indofood Fritolay Makmur sendiri sudah melakukan pencegahan dengan melakukan somasi kepada para penjual snack kiloan di platform *E-Commerce* di Indonesia karena untuk meminimalisir akan terjadinya seperti keracunan yang dialami oleh para konsumen, serta ada keluhan konsumen karena kemasan yang tidak layak, dalam pengemasan dengan alakadarnya saja dan hanya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa adanya pertanggung jawaban dari para pihak penjual online tersebut. PT. Indofood Fritolay Makmur melakukan somasi dengan para penjual agar mentakedown snack Chitato yang dijual di toko pada platform *E-Commerce* tersebut.

2. Pelaku usaha berkewajiban memberi informasi dari suatu produk dengan benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang serta memberikan informasi mengenai penjelasan penggunaan suatu barang. Namun, pelaku usaha snack Chitato kiloan tidak mencantumkan informasi, kondisi produk

maupun penjelasannya penggunaannya.<sup>78</sup> Hal tersebut mengakibatkan reputasi dari Chitato menjadi menurun apabila terjadi masalah seperti keracunan makanan akibat mengkonsumsi snack Chitato kiloan. Karena konsumen beranggapan bahwa snack Chitato kiloan adalah produk makanan ringan yang sama dengan Chitato yang dijual di supermarket.

3. Pelaku usaha berkewajiban untuk dapat menjamin mutu suatu barang yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan pada ketentuan standar mutu barang yang berlaku. Pelaku usaha snack Chitato kiloan tidak dapat menjamin mutu sesuai yang diwajibkan, karena mereka memperoleh produk snack Chitato kiloan langsung dari distributor yang menjual snack Chitato kiloan dalam skala besar tanpa logo atau *brand* atau pencantuman informasi penggunaan yang kemudian dikemas ulang menjadi beberapa ukuran kemasan.
4. Pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila konsumen mengalami kerugian yang diakibatkan dari penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan.

Lemahnya posisi pelaku usaha snack Chitato kiloan, karena pelaku usaha snack Chitato kiloan umumnya merupakan pelaku usaha yang memulai usahanya dengan modal yang minim dan pengetahuan yang awan akan hukum mengenai pemberian ganti rugi. Sehingga, mereka tidak mengetahui akan dampak yang terjadi apabila produk snack Chitato kiloan sampai menyebabkan keracunan bagi konsumennya mereka harus melakukan ganti rugi.

Di sisi lain, pemegang merek Chitato, juga akan dirugikan karena konsumen yang mengira produk yang dijual adalah sama dan mereka akan menuntut ganti kerugian langsung kepada pemegang merek Chitato. Pelaku usaha snack Chitato kiloan juga melanggar Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, yaitu:<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](http://Waspadai.Snack.Ternama.Kemasan.Ulang.tanpa.Izin.Edar.lampost.co)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

<sup>79</sup> Jisia Mamahit.Op cit, hlm. 9.

1. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hal ini sesuai dengan observasi penulis dimana tidak mencantumkan persyaratan. Hal ini dilihat dari deskripsi produk snack kiloan.

The image shows two screenshots of e-commerce product pages. The top screenshot is from Shopee, displaying a product titled "Chitato kiloan kemasan 1 kg". The price is listed as "Rp62.500 - Rp125.000". The product has a 4.7-star rating from 6 reviews and 12 items sold. Shipping options include "Pre-Order (dikemas dalam 7 hari)", "Gratis Ongkir", and "Pengiriman Ke KOTA JAKARTA PUSAT" with "Ongkos Kirim Rp0". The bottom screenshot is from Lazada, showing a product titled "Chitato snack kiloan cemilan original, Exp panjang aman 100gram". The price is "Rp15.500". It features a 5-star rating from 1 review. Shipping is to "DKI Jakarta, Kota Jakarta Barat, Cengkareng" for "Rp7.900". Payment options include "Standar" and "Bayar di tempat tidak berlaku". The page also shows a "Cicilan" option and a "Pesan" button.

The screenshot shows the Tokopedia product page for 'Snack kiloan Chitato Cemilan Original, EXP panj...'. The product is 'Sapi panggang, 100 gram'. The price is Rp15.500. The seller is 'amarsha\_shop' with a 4.9 rating. The page includes a 'Detail Produk' section with weight options (100gr, 150gr, 200gr, 250gr, 300gr...), a 'Pengiriman' section (Dikirim dari Jakarta Utara, Ongkir Regular 8 rb - 11,5 rb), and a 'Atur jumlah dan catatan' section with a quantity of 1 and a 'Beli' button.

The screenshot shows the Blibli product page for 'cemilan Chitato sapi panggang keju supreme snack indofood kiloan'. The price is Rp74.000. The seller is 'S3RBAADA' with a 92% rating. The page includes a 'Detail Produk' section with a 'Cashback hingga Rp10.000' offer, a 'Pengiriman' section (Gratis retur 15 hari), and a 'Atur jumlah dan catatan' section with a quantity of 1 and a 'Beli sekarang' button.

Standart Keamanan Pangan dan Mutu Pangan diatur dalam Pasal 86 ayat (1) dan (2) Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Apabila pelaku usaha ingin melakukan kegiatan usaha dalam bidang makanan, maka hendak wajib memperhatikan standart yang berlaku. Beda halnya dengan pelaku usaha snack Chitato kiloan cenderung memikirkan untung yang besar, sehingga mereka mengabaikan standart yang berlaku.

- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label barang tersebut. Pada kemasan snack Chitato kiloan, tidak terdapat label barang mengenai informasi terkait berat bersih dan netto barang. Hal itu mengakibatkan kurangnya informasi dalam kemasan snack Chitato kiloan apakah ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan

sudah sesuai menurut ukuran yang sebenarnya sesuai dengan yang dikatakan oleh pelaku usaha snack Chitato kiloan.

- c. Tidak sesuai dengan kondisi, mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang. Pada snack Chitato kiloan dengan tidak adanya label atau keterangan barang dalam kemasan snack Chitato kiloan membuat konsumen harus berhati-hati karena tidak terjaminnya kondisi dari snack Chitato kiloan tersebut.
- d. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan yang paling baik atas barang tersebut. Informasi tanggal kadaluwarsa sangat penting bagi suatu produk makanan, dengan adanya tanggal kadaluwarsa kita dapat mengetahui kapan sebaiknya produk makanan tersebut digunakan. Apalagi pada kemasan snack Chitato kiloan dengan mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada kemasan snack Chitato kiloan, pelaku usaha snack Chitato kiloan dapat mengurangi dampak buruk yang akan timbul dikemudian hari, seperti keracunan makanan.
- e. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label. Label halal sangat penting di negara Indonesia, karena masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam. Tidak adanya pernyataan “halal” dalam kemasan snack Chitato kiloan mengakibatkan sikap keragu-raguan akan bahan, cara produksi atau asal-usul dari snack Chitato kiloan tersebut.
- f. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud. Tidak jelasnya asal-usul dari produk snack Chitato kiloan mengakibatkan kurangnya pengetahuan pelaku usaha snack Chitato kiloan mengenai produk snack Chitato kiloan tersebut apa masih layak dikonsumsi atau tidak, sehingga pelaku usaha snack Chitato kiloan wajib menarik produknya dipasaran.

Padahal sebagai seorang pelaku usaha harus mempunyai tanggungjawab terhadap barang yang dijualnya. Dalam Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha, yaitu:<sup>80</sup>

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan, dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Perbuatan pelaku usaha snack Chitato kiloan juga dapat melanggar ketentuan dalam Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa setiap perbuatan yang melawan hukum dan menyebabkan kerugian, pihak tersebut wajib mengganti kerugian. Suatu perbuatan dapat disebut sebagai melawan hukum harus memerlukan 4 syarat, yaitu apabila bertentangan dengan :
  1. Kewajiban hukum pelaku;
  2. Hak subjektif orang lain;
  3. Kesusilaan;
  4. Kepatutan, ketertiban, dan kehati-hatian.

---

<sup>80</sup> Hery Firmansyah, Op Cit, hlm. 70

Unsur-unsur Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang harus dipenuhi untuk mengajukan gugatan adalah :

1. Perbuatan melawan hukum dapat diartikan sebagai perbuatan yang melanggar undang-undang. Maka, suatu perbuatan yang melanggar hak subjektif orang lain atau bertentangan dengan kewajiban yang diatur dalam undang-undang. Pelaku usaha snack Chitato kiloan jelas telah melawan hukum, karena Pelaku usaha snack Chitato kiloan menggunakan merek Chitato tanpa hak yang diberikan secara resmi oleh pemilik maupun pemegang merek Chitato.
2. Adanya kesalahan, syarat kesalahan ada 2 (dua) yaitu :
  - a. Objektif, keadaan dimana seseorang dapat mengetahui akibat yang akan terjadi dan mencegah orang yang baik untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
  - b. Subjektif, keadaan dimana seseorang berdasarkan keahlian yang dimilikinya dapat mengetahui akibat dari perbuatannya. Kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha snack Chitato kiloan sebenarnya dilakukan dengan adanya unsur kesengajaan. Karena produk Chitato adalah merek yang telah terkenal diseluruh dunia tidak mungkin Pelaku usaha snack Chitato kiloan dapat berdalih tidak mengakui kesalahan yang diperbuatnya.
3. Adanya kerugian yang ditimbulkan, dalam perbuatan melawan hukum kerugian yang disebabkan dapat berupa:
  - i. Kerugian materil, yaitu kerugian yang timbul dari kerugian dan keuntungan yang diperoleh;
  - ii. Kerugian idiil, yaitu kerugian yang bersifat ketakutan dan hilangnya kebahagiaan hidup.

Pelaku usaha snack Chitato kiloan harus mengganti kerugian yang ditimbulkan dari kegiatan perdagangannya. Bukan hanya kerugiannya saja yang harus digantikan, tapi pelaku usaha snack Chitato kiloan juga harus mengganti keuntungan yang diperoleh selama penjualan snack Chitato kiloan. Akan tetapi, apabila dalam persidangan semua kembali

pada hakim yang akan memberikan besaran keuntungan penggugat sesuai dengan kerugian atas pelanggaran produk tersebut.

4. Ada hubungan sebab akibat dari perbuatan dan kerugian, terdapat 2 (dua) teori yaitu :<sup>81</sup>
  - a. Kondisi yang tidak dapat dicegah (*Condition sine qua non*), pelaku usaha yang melakukan perbuatan melawan hukum wajib bertanggung jawab atas perbuatannya yang menimbulkan kerugian. Pelaku usaha snack Chitato kiloan termasuk dalam *Condition sine qua non*, pelaku usaha snack Chitato kiloan telah melawan hukum karena memakai merek Chitato tanpa hak Chitato dan pelaku usaha snack Chitato kiloan harus bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukannya karena akibat dari perbuatannya pemegang merek menderita kerugian. Selain itu, agar pelaku usaha snack Chitato memiliki efek jera.
  - b. Sebab yang cukup (*Adequate veroorzaking*), dimana pelaku usaha hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan saja.

Selain mendapatkan perlindungan secara perdata, pemegang merek Chitato juga mendapatkan perlindungan hukum secara pidana. Pemegang merek dapat secara bersamaan dapat mengajukan gugatan dan tuntutan terhadap tindak pidana. Tindak pidana pada merek diatur dalam Pasal 100 sampai 103 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Pasal 100 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa Setiap Orang yang menggunakan merek dengan tanpa hak yang memiliki keseluruhan persamaan dengan Merek terdaftar pihak lain untuk barang dan atau jasa mempunyai persamaan jenis dan diproduksi dan atau diperdagangkan, dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Sedangkan dalam Pasal 100 ayat (2) dijelaskan bahwa setiap Setiap Orang yang menggunakan merek dengan tanpa hak yang memiliki persamaan

---

<sup>81</sup> Rosa Agustina, Perbuatan Melawan Hukum, (Universitas Indonesia: Pacea Sarjana FH, 2003) hlm. 117.

hanya pada pokoknya saja dengan Merek terdaftar pihak lain untuk barang dan atau jasa mempunyai persamaan jenis dan diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Dalam ayat (3) dijelaskan apabila pelaku usaha tersebut melanggar ketentuan Pasal 100 ayat (1) dan (2) yang berakibat pada gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).<sup>82</sup>

Penggunaan tanpa hak juga diatur dalam Pasal 101 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa Setiap Orang yang menggunakan tanda dengan tanpa hak yang mempunyai yang memiliki keseluruhan persamaan dengan Indikasi Geografis pihak lain untuk barang dan atau produk yang mempunyai persamaan jenis dengan barang dan atau produk yang terdaftar, dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).<sup>83</sup>

Menurut Pasal 102 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Apabila produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).<sup>84</sup>

Tindak pidana dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan delik aduan. Karena, tindak pidana merupakan delik aduan yang apabila ada hak yang dirugikan pemegang merek dapat melaporkan pelaku usaha tersebut kepada pihak yang berwenang disertai

---

<sup>82</sup> Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>83</sup> Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>84</sup> Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

dengan bukti yang kuat. Menurut E Utrecht, delik aduan merupakan proses penuntutan terhadap delik yang bergantung pada persetujuan dari korban yang dirugikan. Jadi apabila tidak adanya aduan atau persetujuan dari pemilik atau pemegang merek, maka ketentuan dalam Pasal 100 sampai 102 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak dapat diproses.

Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap merek Chitato secara sengaja menggunakan merek Chitato tanpa hak yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar sebagaimana diatur dalam Pasal 100 ayat (2) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, karena memenuhi unsur-unsur tindak pidana tersebut, yaitu:<sup>85</sup>

- a. Unsur Subjektif Kesalahan : dengan sengaja Pelaku usaha snack Chitato kiloan dengan sengaja atau mengetahui bahwa Chitato adalah merek yang telah terdaftar. Oleh karena itu, perbuatan tersebut termasuk dalam perbuatan melawan hukum.
- b. Unsur Objektif
  - 1) Melawan hukum : tanpa hak Pelaku usaha snack Chitato kiloan tidak mendapat izin dari pemegang merek Chitato terdaftar yaitu PT Indofood Fritolay Makmur, itu terbukti dari kemasan snack Chitato kiloan yang hanya dibungkus dengan plastik transparan dengan stiker Chitato sebagai mereknya.
  - 2) Perbuatan : menggunakan Pelaku usaha snack Chitato kiloan mencetak stiker Chitato yang sama dengan merek Chitato terdaftar diatas bungkus barang dengan Chitato yang sama bentuk barangnya.
  - 3) Objek : Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Merek yang digunakan oleh pelaku usaha snack Chitato kiloan memiliki kemiripan unsur-unsur

---

<sup>85</sup> 6 Suyud Margono dan Longginus Hadi, Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek, Novindo Pustaka Mandiri, (Jakarta: 2002) hlm. 99

yang sama dengan merek terdaftar Chitato, seperti persamaan bentuk, cara penulisan, dan bunyi pengucapan. Pelaku usaha snack Chitato kiloan dapat di jatuhkan hukuman pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

#### **D. Analisis Upaya Penyelesaian Sengketa Antara Pemegang Merek Chitato Dengan Pelaku Usaha Yang Memperdagangkan Snack Kiloan**

Upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha snack kiloan Setiap itikad baik merupakan kunci kesuksesan dalam mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Itikad baik bisa dibangun dengan mempertahankan kualitas dan pelayanan yang baik kepada para konsumen. Apabila tidak adanya niat baik diawal, maka terdapat perasaan kecewa yang dirasakan oleh salah satu pihak, kemudian keduanya saling menerima maka rasa kecewa tersebut akan selesai. Begitu pula sebaliknya, apabila perasaan tersebut akan berlanjut yang selanjutnya akan memicu sengketa antara kedua belah pihak. Sengketa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah Sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat yang memicu perdebatan atau pertengkaran.

Merek merupakan bentuk investasi bagi pemilik merek yang beritikad baik dan jaminan produk yang asli bagi para konsumennya. Maka dari itu, merek harus dilindungi agar konsumen terhindar dari barang yang palsu. Merek juga berfungsi sebagai sumber keuntungan, karena melalui merek keuntungan pelaku usaha diperoleh berdasarkan investasi mereknya. Sementara itu, konsumen memperoleh keuntungan dari informasi yang dicantumkan pada produk suatu merek dan mendapatkan kualitas merek yang bagus.

Sebuah barang diharuskan untuk memakai suatu merek agar melindungi konsumennya dari pemalsuan atau penggunaan tanpa hak yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak beritikad baik. Pemegang merek juga memakai sebuah tanda atau simbol untuk media promosi agar menjadi ciri khas suatu produk dan mudah diingat oleh konsumen sebagai bentuk loyalitasnya.

Namun, masih ada saja pelaku usaha yang tidak beritikad baik yang melakukan pelanggaran terhadap merek, seperti penggunaan tanpa hak. Pemegang merek dapat mengajukan tuntutan pidana atau gugatan ganti kerugian. Selain itu pemegang merek juga dapat melakukan permohonan atas pembatalan pendaftaran merek yang didaftarkan tanpa hak. Upaya penyelesaian tersebut dapat diajukan melalui pengadilan Niaga yang sesuai dalam ketentuan Pasal 83 ayat (1) dengan gugatan berupa:<sup>86</sup>

1. Gugatan ganti rugi, dan
  2. Penghentian semua kegiatan yang berhubungan dengan merek tersebut.
- Kedua gugatan tersebut sangat wajar dilakukan karena penggunaan merek secara tanpa hak tersebut sangat merugikan pemegang merek Chitato. Dampak yang dapat dirasakan secara langsung adalah kerugian materil, selain itu reputasi merek Chitato juga akan buruk karena kualitas dari snack Chitato kiloan lebih rendah daripada Chitato yang asli.

Pemegang merek dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga pada wilayah hukum tempat tinggal atau domisili pelaku usaha snack Chitato kiloan. Tata cara gugatan penyelesaian sengketa merek di Pengadilan Niaga menurut Pasal 85 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu:<sup>87</sup>

1. Gugatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3), Pasal 68, Pasal 74, dan Pasal 76 diajukan kepada ketua Pengadilan Niaga dalam wilayah hukum tempat tinggal atau domisili tergugat. Dalam hal salah satu pihak bertempat tinggal di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, gugatan tersebut diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.
2. Panitera mendaftarkan gugatan pada tanggal gugatan yang bersangkutan diajukan dan kepada penggugat diberikan tanda terima tertulis yang ditandatangani panitera dengan tanggal yang sama dengan tanggal pendaftaran gugatan.

---

<sup>86</sup> Siti Marwiyah, Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal, De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum, Vol 2 No 1, Juni 2010, hlm. 47.

<sup>87</sup> Siti Marwiyah, Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal, De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum, Vol 2 No 1, Juni 2010, hlm. 49.

3. Panitera menyampaikan gugatan kepada ketua Pengadilan Niaga dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) hari terhitung sejak gugatan didaftarkan.
4. Dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) hari terhitung sejak tanggal gugatan disampaikan sebagaimana dimaksud pada ayat (4), ketua Pengadilan Niaga mempelajari gugatan dan menunjuk majelis hakim untuk menetapkan hari sidang. Berdasarkan dalam ketentuan Pasal 85 ayat 6 dan 7 selama jangka waktu 60 (enam puluh) hari setelah mendaftarkan gugatannya, gugatan pembatalan atas sidang pemeriksaan dilangsungkan.

Setelah gugatan didaftarkan paling lama 7 (hari), juru sita memanggil para pihak untuk hadir di persidangan. Demi menjaga agar kerugian semakin meningkat selama pemeriksaan di persidangan, atas permintaan dari pemegang merek atau penggugat, majelis hakim dapat meminta tergugat untuk menghentikan kegiatan usahanya yang menggunakan merek tanpa hak tersebut. Selain itu, tergugat juga diminta untuk menyerahkan barang yang menggunakan merek tanpa hak setelah adanya putusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap. Dari bukti yang telah dikumpulkan penggugat yang mengajukan permohonan tersebut secara tertulis dapat meminta hakim untuk membuat surat penetapan sementara untuk menyimpan alat bukti dengan syarat :<sup>88</sup>

1. Menyertakan bukti kepemilikan
2. Petunjuk yang membuktikan adanya pelanggaran merek yang kuat.

Dalam masa pemeriksaan untuk mengurangi kerugian semakin besar, penggugat dapat meminta hakim untuk menghentikan semua kegiatan produksi dan peredaran penjualan barang tergugat yang tidak memiliki hak atas merek. Apabila kegiatan tersebut terus berlanjut penggugat dapat mendapatkan banyak kerugian, seperti:

1. Tercemarnya nama baik atau reputasi suatu merek
2. Hilangnya kepercayaannya dari konsumen
3. Sulit mengembangkan usahanya

---

<sup>88</sup> Bambang Sutyoso, Hukum Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, (Yogyakarta: Gama Media, 2007) hlm. 31.

Apabila tidak puas dengan putusan dibacakan oleh majelis hakim Pengadilan Niaga, para pihak tidak dapat melakukan upaya hukum banding, melainkan upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 88 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Permohonan kasasi harus diajukan paling lama 14 (empat belas) hari setelah tanggal putusan yang dimohonkan kasasi diucapkan atau diberitahukan kepada para pihak dengan mendaftarkan kepada panitera pada Pengadilan Niaga yang telah memutus gugatan. Kemudian sejak tanggal permohonan kasasi didaftarkan dalam waktu 7 (tujuh) hari, memori kasasi harus sudah disampaikan ke panitera Pengadilan Niaga oleh pemohon kasasi. Pihak termohon kasasi harus sudah menerima permohonan kasasi dan memori kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah permohonan kasasi didaftarkan.

Termohon kasasi dapat mengajukan kontrak memori kasasi sejak tanggal termohon kasasi menerima memori kasasi kepada panitera Pengadilan Niaga. Panitera Pengadilan Niaga wajib menyampaikan berkas perkara kasasi kepada Mahkamah Agung apabila telah lewat jangka waktu paling lama 7 (tujuh) hari penyampaian memori kasasi. Setelah tanggal permohonan kasasi diterima dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) hari, Mahkamah Agung wajib mempelajari berkas perkara kasasi dan menetapkan hari sidang. Setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung, sidang pemeriksaan dalam permohonan kasasi dilaksanakan selama 60 (enam puluh) hari. Dan putusan permohonan kasasi harus telah diucapkan paling lama 90 (sembilan puluh) hari yang lengkap berisi pertimbangan hukum atas putusan tersebut yang diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum.<sup>89</sup>

Setelah tanggal putusan permohonan kasasi, panitera Mahkamah Agung harus menyampaikan isi putusan kasasi kepada panitera Pengadilan Niaga dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) hari. Kemudian dalam jangka waktu 2 (dua) hari setelah putusan kasasi diterima, juru sita Pengadilan Niaga

---

<sup>89</sup> Muryati, Dewi Tuti, dan B. Rini Heryanti. Pengaturan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Nonlitigasi di Bidang Perdagangan. *Jurnal Dinamika Sosbud* 3, No. 1 2011, hlm. 55.

wajib menyampaikan isi putusan kepada pemohon dan termohon kasasi. Jika telah ada putusan pengadilan yang mempunyai kekuatan hukum tetap, hakim dapat meminta tergugat untuk menyerahkan barang yang tidak memiliki hak atas merek tersebut. Penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan snack Chitato kiloan melalui penyelesaian sengketa di Pengadilan terdapat keuntungan dan kerugian bagi pemegang merek Chitato, karena biaya yang mahal dan prosesnya panjang membuat penyelesaian sengketa tidak kunjung menemui titik terang.

Namun disisi lain, pemegang merek Chitato juga diuntungkan karena tidak ada lagi produk snack Chitato kiloan dipasaran sehingga konsumen tidak ragu lagi untuk membeli produk Chitato. Penyelesaian sengketa juga dapat diselesaikan secara non litigasi melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 93 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Alternatif penyelesaian sengketa yang dimaksud tersebut dalam penjelasan Pasal 93 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, antara lain negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan cara lain yang dipilih oleh para pihak. Namun alternatif penyelesaian sengketa sifat putusannya berbeda dengan arbitrase. Alternatif penyelesaian sengketa putusannya bersifat win-win solution, sedangkan arbitrase bersifat win-lose artinya ada pihak yang kalah dan ada pihak yang menang. Frans Hendra Winarta, mengatakan bahwa :<sup>90</sup>

1. Negosiasi merupakan upaya penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh para pihak tanpa melalui proses pengadilan yang bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama;
2. Mediasi merupakan upaya penyelesaian sengketa dengan melakukan perundingan untuk mencapai kesepakatan bersama dengan bantuan mediator;

---

<sup>90</sup> Effendy Hasibuan, *Perlindungan Merek Studi Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003) hlm. 19

3. Konsiliasi merupakan upaya penyelesaian sengketa dengan mengupayakan solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak dibantu oleh penengah yang disebut sebagai konsiliator.

Upaya penyelesaian sengketa alternatif selain diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diatur lebih khusus dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang dimaksud dengan Alternatif Penyelesaian Sengketa diluar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli. Dari ketentuan tersebut, ada beberapa macam penyelesaian sengketa alternatif, antara lain:<sup>91</sup>

1. Konsultasi Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tidak menjelaskan pengertian dari konsultasi. Black Law Dictionary menjelaskan bahwa konsultasi adalah tindakan personal yang dilakukan oleh pihak tertentu (klien) dan pihak konsultan yang bertugas untuk memberikan pendapatnya kepada klien sesuai dengan keperluan klien.
2. Negosiasi Upaya penyelesaian sengketa yang dilakukan sendiri oleh para pihak tanpa pihak ketiga sebagai penengah yang dilakukan untuk mencapai suatu kesepakatan bersama. Kemudian kesepakatan bersama tersebut dituangkan secara tertulis. Alasan yang melatarbelakangi penyelesaian sengketa melalui negosiasi adalah:
  - a. Melakukan sesuatu hal baru yang tidak dapat dilakukan sendiri, contohnya dalam transaksi jual beli, agar tidak terjadi sengketa antara pihak penjual dan pembeli dalam menentukan kesepakatan harga; dan
  - b. Menyelesaikan sengketa yang timbul diantara para pihak.
3. Mediasi Upaya penyelesaian sengketa dengan bantuan pihak ketiga yang disebut dengan mediator. Mediator disini bersifat netral tidak memihak salah satu pihak dan tidak berfungsi sebagai hakim dalam pengambilan

---

<sup>91</sup> Effendy Hasibuan, *Perlindungan Merek Studi Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003) hlm. 21.

keputusan, tetapi aktif memberikan arahan untuk mencapai penyelesaian sengketa, karena kesepakatan ada ditangan para pihak.<sup>92</sup>

Hasil kesepakatan para pihak tersebut menurut Pasal 6 angka 3 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 dituangkan dalam kesepakatan tertulis yang bersifat final dan mengikat para pihak dengan itikad yang baik. Kemudian dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari setelah penandatanganan, kesepakatan tertulis tersebut harus didaftarkan ke Pengadilan Negeri dan setelah itu harus dilaksanakan paling lama 30 (tiga puluh) hari setelahnya.

4. Konsiliasi Upaya penyelesaian sengketa dengan bantuan pihak ketiga atau lebih yang telah profesional dibidangnya yang disebut dengan konsiliator. Peran konsiliator sangat penting, karena konsiliator wajib menyampaikan pendapatnya tentang perkara, alternatif cara penyelesaian sengketa, bagaimana langkah terbaik penyelesaian sengketa, keuntungan kerugian bagi para pihak dan akibat hukum yang akan timbul nantinya. Walaupun begitu, konsiliator tetap tidak mempunyai kewenangan dalam membuat putusan, jadi konsiliator hanya mempunyai wewenang untuk membuat rekomendasi yang pelaksanaannya bergantung pada itikad baik pihak yang bersengketa.
5. Penilaian Ahli Pendapat yang diperoleh dari para ahli yang berguna untuk sesuatu hal yang bersifat teknis yang sesuai dengan bidang keahliannya. Dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 terdapat banyak kelemahan mengenai pengaturan Alternatif Penyelesaian Sengketa, seperti tidak adanya penjelasan mengenai pengertian apa yang dimaksud dengan konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi dan penilaian ahli. Selain, itu tidak jelasnya pengaturan mengenai masing-masing cara penyelesaian sengketa dari alternatif penyelesaian sengketa tersebut.

Hal itu dapat mengakibatkan terjadinya perbedaan dalam penafsiran antara pihak satu dengan pihak lain. Sehingga dalam prakteknya dapat

<sup>92</sup> Erman Rajagukguk, Arbitrase Dalam Putusan Pengadilan, (Jakarta: Chandra Pertama: 2000) hlm.

dimungkinkan terjadinya kebingungan dalam menyelesaikan sengketa. Namun, terdapat faktor-faktor yang mendorong keberhasilan alternatif penyelesaian sengketa, antara lain :<sup>93</sup>

1. Sengketa dalam batas wajar dengan kata lain permusuhan diantara kedua belah pihak masih bisa dikendalikan, artinya para pihak masih bisa saling bertemu sehingga dapat mempermudah mencapai win-win solution. Akan berbeda apabila sengketa kedua belah pihak tidak dapat dikendalikan, seperti tidak ingin dipertemukan antara satu sama lain win-win solution sulit tercapai.
2. Komitmen para pihak yang bersengketa diharapkan dapat bertanggung jawab atas setiap komitmen yang telah mereka sepakati bersama.
3. Tetap menjaga hubungan baik para pihak yang menggunakan alternatif penyelesaian sengketa demi tercapainya win-win solution harus tetap bisa menjaga hubungan baik diantara kedua belah pihak. Sehingga apabila sengketa telah berakhir, para pihak dapat mempertimbangkan kepentingan di masa yang akan datang untuk melakukan kerjasama.
4. Seimbang dalam proses tawar menawar meskipun jarang ditemui, para pihak yang bersengketa harus seimbang dalam melakukan penawaran dalam penyelesaian sengketa, seperti sengketa yang melibatkan pengusaha multinasional dengan pengusaha lokal. Meskipun sumber daya lebih banyak dikuasai oleh pengusaha multinasional, namun dalam proses tawar menawar harus tetap seimbang tidak boleh ada yang terintimidasi.
5. Bersifat pribadi dan rahasia dalam alternatif penyelesaian sengketa, proses penyelesaian sengketa tidak terbuka untuk umum dan hasil dari penyelesaian sengketa bersifat rahasia. Jadi, tujuan terpenting dalam penyelesaian sengketa adalah kepuasan dari hasil yang dicapai dalam penyelesaian sengketa itu sendiri.

---

<sup>93</sup> Erman Rajagukguk, Arbitrase Dalam Putusan Pengadilan, (Jakarta: Chandra Pertama: 2000) hlm.

Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 juga menyebutkan bahwa arbitrase merupakan alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada sebuah perjanjian yang disebut perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak. Putusan yang dihasilkan oleh arbitrase bersifat final dan mempunyai kekuatan yang mengikat dan memaksa bagi para pihak yang dibuat oleh seorang arbiter atau majelis arbiter. Putusan dari arbitrase yang bersifat final tidak dapat diajukan banding, kasasi, atau peninjauan kembali. Berbeda dengan cara penyelesaian sengketa lainnya yang keputusan ada ditangan para pihak sehingga pihak ketiga hanya sebagai penengah kedua belah pihak. Pengertian lain mengenai arbitrase adalah perbuatan hukum dimana ada pihak yang menyerahkan sengketa antara kedua orang atau lebih ataupun dua kelompok atau lebih kepada seseorang atau ahli yang telah ditentukan bersama.

Dalam penyelesaian sengketa melalui arbitrase, para pihak tidak mencapai kesepakatan secara damai, karena penyelesaian sengketa melalui arbitrase sangat bergantung pada keinginan para pihak untuk menghilangkan perbedaan diantaranya dengan cara win lose solution. Namun, penyelesaian sengketa dengan cara arbitrase ini banyak diminati oleh para pengusaha, hal itu bisa dilihat dari klausula arbitrase yang terdapat dalam kontrak bisnis. Penyelesaian sengketa menggunakan arbitrase menguntungkan karena beberapa alasan, yaitu:<sup>94</sup>

1. Prosesnya cepat Menurut Pasal 31 ayat 3 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menegaskan bahwa para pihak yang telah memilih penyelesaian sengketa melalui arbitrase harus menentukan terlebih dahulu jangka waktu dan tempat terselenggaranya arbitrase, apabila hal tersebut belum ditentukan maka arbiter atau majelis arbiter yang menentukannya. Selain itu, dalam Pasal 53 Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, putusan arbitrase tidak dapat

---

<sup>94</sup> Gunawan Widjaya, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 27

dilakukan upaya hukum lain seperti banding dan kasasi. Jadi, putusan arbitrase bersifat final dan mempunyai kekuatan hukum tetap dan mengikat para pihak.

2. Diperiksa oleh bantuan ahli dibidangnya, para pihak diberi kesempatan dalam memilih ahli sesuai dengan pengetahuan mengenai hal-hal yang disengketakan untuk memeriksa dan memutus perkara melalui arbitrase. Sehingga, hal dari pertimbangan dan putusan yang diberikan nantinya dapat dipertanggungjawabkan. Berbeda dengan hakim dipersidangan, kemungkinan besar hakim tidak menguasai dengan benar perkara yang disengketakan karena hakim hanya memiliki pengetahuan dalam bidang hukum secara luas tidak secara khusus.
3. Bersifat konfidensialitas, pemeriksaan sengketa melalui arbitrase dilakukan dalam persidangan tertutup dan putusan yang dijatuhkan tidak pernah dipublikasikan sehingga terjamin kerahasiannya. Karena, persidangan yang terbuka untuk umum sangat merugikan para pihak pengusaha yang bersengketa.

Meski penyelesaian sengketa melalui arbitrase banyak diminati daripada penyelesaian sengketa melalui pengadilan, penyelesaian sengketa melalui arbitrase juga mempunyai kelemahan, antara lain:<sup>95</sup>

1. Penyelesaian sengketa melalui arbitrase hanya bermanfaat bagi pihak yang bonafide saja artinya para pihak yang patuh dalam kesepakatan, apabila kalah harus melaksanakan putusan arbitrase tersebut.
2. Ketergantungan mutlak pada arbiter, meskipun arbiter telah mempunyai keahlian dibidangnya, untuk memenuhi kehendak para pihak bukan hal yang mudah untuk majelis arbiter dalam menentukan putusan arbitrasinya. Dimana pihak yang kalah merasa putusan arbitrase tidak adil, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, putusan dalam arbitrase selalu tergantung dengan kemampuan dari arbiter dalam memberikan putusan yang tepat dan adil bagi para pihak yang bersengketa.

---

<sup>95</sup> Gunawan Widjaya, Alternatif Penyelesaian Sengketa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001) hlm. 68.

Ketergantungan itu merupakan suatu kelemahan karena sengketa dalam arbitrase tidak dapat diuji kembali.

3. Tidak ada keterikatan putusan sebelumnya, pertimbangan dan putusan dalam arbitrase bersifat rahasia dan mandiri artinya terpisah dengan yang lainnya meskipun dalam putusan terdahulu tersebut mengandung pendapat yang sangat bermanfaat bagi perkara yang sedang disengketakan tetap saja hasil putusan tidak ada keterikatan dengan putusan sebelumnya. Hal tersebut mengakibatkan adanya putusan-putusan yang saling berlawanan padahal sengketa yang diselesaikan itu sama.

Dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, sengketa yang diselesaikan dengan menggunakan alternatif penyelesaian sengketa harus didasarkan dengan itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Oleh karena itu, penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha snack Chitato kiloan sebaiknya dilakukan secara menggunakan penyelesaian sengketa melalui arbitrase. Karena, dengan menggunakan arbitrase jangka waktu penyelesaian sengketa sudah ditentukan sehingga sengketa diantara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha snack Chitato kiloan tidak berlarut-larut sehingga adanya kepastian hukum bagi pemegang merek Chitato dan konsumen.<sup>96</sup>

PT. Indofood Fritolay Makmur sendiri sudah mengambil langkah penanggulangan dengan melakukan somasi kepada para penjual snack kiloan di platform *E-Commerce* di Indonesia karena untuk meminimalisir akan terjadinya seperti keracunan yang dialami oleh para konsumen, serta ada keluhan konsumen karena kemasan yang tidak layak, dalam pengemasan dengan alakadarnya saja dan hanya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa adanya pertanggung jawaban dari para pihak penjual online tersebut. PT. Indofood Fritolay Makmur

---

<sup>96</sup> Rachmadi Usman, *Pilihan Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan*, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti, 2003) hlm 55.

melakukan mediasi dengan para penjual agar mentakedown snack Chitato yang dijual di toko pada platform *E-Commerce* tersebut.

Selain itu, penyelesaian sengketa dilakukan oleh arbiter yang ahli dibidangnya sehingga putusan yang dihasilkan sesuai dengan sengketa yang diperkarakan, dapat dipertanggungjawabkan, dan dapat diterima oleh para pihak karena bersifat final dan mengikat. Putusan arbitrase juga terjamin kerahasiannya karena proses pemeriksaan dan putusannya tidak terbuka untuk umum sehingga tidak berpengaruh terhadap kegiatan usaha pemegang merek Chitato.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan pada BAB III, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk perlindungan hukum pemegang merek Chitato terhadap pelaku usaha snack Chitato kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa izin dapat diajukan secara represif yaitu dengan mengajukan gugatan sesuai dengan Pasal 83 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, berupa tuntutan ganti rugi dan penghentian penggunaan merek sebagai sanksi perdata, atau pemegang merek Chitato juga dapat membawa sengketa tersebut ke ranah hukum pidana berdasarkan pada Pasal 100, Pasal 101, Pasal 102, Pasal 103 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai delik aduan. Dalam kasus ini belum ada sengketa karena belum sampai ke tingkat litigasi atau Pengadilan, namun pihak pemegang merek sudah melakukan somasi kepada pihak snack kiloan sehingga pemegang merek Chitato sudah mendapatkan keamanan atas mereknya karena pihak chitato kiloan menghentikan penggunaan merek Chitato. Perlindungan Hak Merek dagang didasarkan karena harta kekayaan adalah suatu hal yang harus mendapatkan perlindungan seperti yang terdapat pada maqasid syariah yaitu hifzul mal (memelihara harta). Hal ini menyebabkan merek merupakan salah satu harta yang harus dilindungi. Dan seperti yang telah dijelaskan bahwa harta kekayaan tidaklah sebatas pada sesuatu benda yang kongkrit, akan tetapi sebenarnya harta dalam hal ini termasuk juga seluruh potensi yang dimiliki seseorang yang bisa berwujud non materiil seperti merek yang termasuk kedalam hak kekayaan intelektual.
2. Akibat hukum yang timbul bagi pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa izin sehingga menyebabkan terjadinya kerugian sesuai dengan Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata

adalah pelaku usaha snack kiloan wajib mengganti kerugian sesuai dengan kerugian yang diderita oleh pemegang merek Chitato dan menghentikan penjual snack kiloan. Pelaku usaha snack kiloan juga wajib menghentikan pemakaian merek dan kegiatan perdagangannya serta menarik semua produknya yang telah beredar di pasaran sesuai dengan Pasal 83 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Upaya penyelesaian sengketa antara pemegang merek Chitato dengan pelaku usaha snack kiloan menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dapat ditempuh melalui upaya penyelesaian sengketa secara litigasi dengan mengajukan gugatan ganti rugi dan permohonan penghentian penggunaan merek ke Pengadilan Niaga. Selain itu, dapat ditempuh melalui upaya penyelesaian sengketa secara non litigasi sebagai alternatif penyelesaian sengketa sesuai dengan ketentuan dalam pasal 93 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Untuk meminimalisir akan terjadinya keracunan yang dialami oleh para konsumen, serta ada keluhan konsumen karena kemasan yang tidak layak, dalam pengemasan dengan alakadarnya saja dan hanya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa adanya pertanggung jawaban dari para pihak penjual online tersebut, langkah yang ditempuh PT. Indofood Fritolay Makmur adalah melakukan somasi dengan para penjual agar mentakedown snack Chitato yang dijual di toko pada platform *E-Commerce*, dan somasi tersebut diindahkan oleh para penjual snack kiloan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, melalui penelitian ini, penulis mengajukan rekomendasi sebagai berikut :

1. Penulis menyarankan untuk pemerintah dalam Peranan pemerintah sebagai bentuk perlindungan terhadap pemegang merek. Sebaiknya dapat mengadakan sosialisasi mengenai Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis kepada masyarakat secara luas

khususnya calon pelaku usaha dan pelaku usaha kecil yang akan memulai usaha baru agar dapat mengetahui pentingnya suatu merek, cara pendaftaran merek, cara permohonan lisensi, dan dampak yang timbul akibat dari penggunaan tanpa hak sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis agar tidak terjadi lagi pelanggaran terhadap merek, seperti penggunaan merek Chitato pada snack kiloan tanpa hak.

2. Penulis menyarankan untuk Pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa hak sebaiknya menghentikan pemakaian merek dan kegiatan perdagangannya serta menarik semua produknya yang telah beredar di pasaran. Selain itu, Pelaku usaha snack kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa hak juga harus mengganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh pemegang merek Chitato selama pelaku usaha tersebut menjual produknya.
3. Penulis menyarankan untuk Pemegang merek Chitato yaitu PT Indofood Fritolay Makmur dalam menyelesaikan sengketanya dengan pelaku usaha snack Chitato kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa hak sebaiknya dapat dilakukan melalui alternatif penyelesaian sengketa dengan cara mediasi antara kedua belah pihak, dikarenakan pihak penjual snack kiloan mengindahkan somasi yang di berikan oleh yaitu PT Indofood Fritolay Makmur dan berjanji tidak akan mengulanginya lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Djubaedillah, Muhammad Djumhana, R. 2003. *Hak Milik Intelektual*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Erman Rajagukguk. 2000. *Arbitrase Dalam Putusan Pengadilan*, Jakarta : Chandra Pertama.
- Erman Rajagukguk. 2000. *Arbitrase Dalam Putusan Pengadilan*, Jakarta: Chandra Pertama.
- Firmansyah, Hery. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Frans Hendra Winarta. 2011. *Hukum Penyelesaian Sengketa-Arbitrase Nasional Indonesia & Internasional*, Jakarta:Sinar Grafika Offset.
- Gunawan Widjaya. 2001. *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- H.M.N Purwosutjipto. 2007. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Djambatan.
- Hariyani, Iswi, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P. 2018. *Buku Pintas HAKI dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hariyani, Iswi. 2018. *Prosedur Mengurus HKI yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Henry Soelistyo. 2011. *Hak Cipta Tanpa Hak Moral*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Hery Firmansyah. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Hery Firmansyah. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta : Pustaka Yustisia. I Ketut Suardita. 2017. *Pengenalan Bahan Hukum (PBH)*, Universitas Udayanga.
- Insan Budi Maulana, Ridwan Khairand dan Nurjihad. 2002. *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual I*. Yogyakarta : Pusat Studi Hukum FH UII Yogyakarta.

- Iswi Hariyani. 2010. *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*. Yogyakarta : Pustaka Yustisia. Jisia Mamahit, Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa, Lex
- Leden Marpaung. 2010. *Tindak Pidana Terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2016. *Penelitian Hukum*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mertokusumo, Sudikno. 2003. *Mengenal Hukum*. Yogyakarta: Liberty.
- Muhammad Djumhana, R. Djubaedillah. 2003. *Hak Milik Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nurchaya, Fajar. 2014. *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*. Jurnal Ilmu Hukum, Edisi: Januari-Juni. Privatum Vol. I No. 3 Juli 2013.
- Raharjo, Satjipto. 2003 *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Rahmi Janed. 2014. *Hukum Hak Cipta (Copyright Law)*, Bandung : Citra Aditya Rooseno Harjowidigdo. 1994. *Mengenal Hak Cipta Indonesia*. Jakarta : Sinar Harapan.
- Rosa Agustina. 2003. *Perbuatan Melawan Hukum*. Universitas Indonesia: Pacea Sarjana FH.
- Saidin. 2010. *Aspek Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Saidin.H.OK. 2007. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada.
- Satjipto Raharjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. Sentosa Sembiring. 2008. *Hukum Dagang*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Satjipto Raharjo. 2003. *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. Jakarta: Kompas, 2003.
- Soerjono Soekanto. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta : Rajawali Pers.

- Sudarmanto. 2012. *KI Dan HKI Implentasinya Bagi Indonesia*. Jakarta :PT. Elex Media Komputindo.
- Sudikno Mertokusumo. 2003. *Mengenal Hukum*. Yogyakarta: Liberty.
- Susanti, Dyah Ochtorina dan A'an Efendi. 2015. *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Sutedi, Adrian. 2009. *Hak atas Kekayaan Intelektual*, Cetakan ke 1. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suyud Margono dan Longginus Hadi. 2007. *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*. Jakarta: Pustaka Mandiri.
- Usman, Rachmadi. 2003. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual (Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia)*. Bandung: Alumnii.

## **Jurnal**

- Achmad Rayhan Akbar, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Pakaian Dari Tindak Pelanggaran Merek (Studi Kasus Pemalsuan Merek Pakaian *Kick Denim*)", *Jurnal*, Universitas Sebelas Maret, (Solo, 2019) Vol. VII No 1.
- Annisa Angraini Daulay, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Chanel Terhadap Produk Tiruan", *Thesis*, Universitas Diponegoro, (Semarang, 2017), No 1.
- Dimas Fahmi Fikri dan Afif Noor, "Reformasi Hukum Wakaf Di Indonesia Studi Terhadap Wakaf Hak Atas Kekayaan Intelektual", *Jurnal*, IAIN Walisongo Semarang, (Semarang, 2012), Vol. 22 No 1.
- Dwi Ana Diah, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek", *Jurnal Warta*, Universitas Sebelas Maret, vol. 56, 2018, 1829-7463.
- Fajar Nurcahya, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, *Jurnal Ilmu Hukum*, Edisi: Januari-Juni 2014

Mamahit, Jisia. 2003. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa*. Lex Privatum Vol. I No. 3.

Meli Hertati Gultom, “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek”, *Jurnal*, Universitas Dharmawangsa, (Medan, 2018), Vol. VI No 11.

Rizal Yusup Pradhana, “Tinjauan Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penjiplakan Desain Industri (Studi Kasus Putusan Nomor: 301 K/Pdt.Sus/2015), *Skripsi*, Universitas Bhayangkara Surabaya (Surabaya, 2018), 1.

Tasya Anzellyta dan Anis Fittria, *The Effectiveness Of Halal Product Guarantee Law On Business Awareness In Registration Of Halal Certification In Indonesia*, *Jurnal*, WALREV (Walisongo Law Review), (Semarang, 2022), Vol. 4 No. 1

Tungger Seling, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Terdaftar, *Thesis*, Universitas Tamansiswa Palembang (Palembang, 2013), 1.

### **Peraturan Perundang-Undang**

Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 252 Tahun 2016 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual Secara Elektronik.

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

### **Internet**

Bukalapak, *Cemilan Snack*, bukalapak.com (<https://www.bukalapak.com/p/food/cemilan-snack/8xojcg-jual-chitato-kiloan>) diakses pada tanggal 06 September 2021 Pukul 15.00 Wib.

Dewi Ratna, *Ini pendapat Andi Hamzah dan Simanjuntak soal perlindungan hukum*, merdeka.com (<https://www.merdeka.com/pendidikan/ini-pendapat->

[andi-hamzah-dansimanjuntaksoal-perlindungan-hukum.html](#)) diakses pada tanggal 21 September 2021 Pukul 15.00 Wib.

Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum Dan Ham R.I (<http://merek.dgip.go.id/sertifikat-merek>) Diakses Pada Tanggal 06 Sepetember 2021 Pukul 15.00 Wib.

Liputan 6, *Sering Dengan Istilah KW? Ini Penjelasan Maknanya*, liputan6.com (<https://liputan6.com/amo/3394244/serimh-dengar-istilah-kw-ini-penjelasan-maknanya>) diakses pada tanggal 09 September 2021 Pukul 15.00 Wib.

Lampung, *Berita Terkini*, ([Waspadai Snack Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar \(lampost.co\)](#)) diakses pada tanggal 18 April 2022 Pukul 15.02 Wib.

## LAMPIRAN

### A. Berita Lampung Terkini (Lampost.co)

The screenshot shows a web browser displaying a news article. The URL is <https://m.lampost.co/berita-waspadai-i-snack-i-ternama-kemasan-ulang-tanpa-izin-edar.html>. The article title is "Waspadai *Snack* Ternama Kemasan Ulang tanpa Izin Edar". The author is Asrul Septian Malik Atika Oktaria SN, dated May 12, 2020, at 22:06. Below the title are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, Pinterest, and WhatsApp. The main image shows several bags of snacks, including brands like Lay's and Cheetos, which appear to be repackaged. A caption below the image reads: "Foto snack dengan brand ternama yang dijual dengan kemasan ulang.Dok." The article text discusses the increase in demand for snacks from famous brands before Hari Raya Idulfitri, but warns consumers to be careful because these snacks are often repackaged in different packaging from their original source. It mentions that repackaged snacks use clear plastic and are sold in weights ranging from 250g to 1kg. It also notes that repackaged snacks are sold through marketplaces (online) and offline stores, and that buying in bulk from repackagers can be more expensive.

### B. Tangkapan Layar Email Wawancara

The screenshot shows an email interface with the subject "RISET WAWANCARA" in the "Kotak Masuk" (Inbox) folder. The sender is Nisa Indah, dated 13.48, addressed to "saya". The email body contains the following text: "Saya Lutfi Khabibatunnisa dengan nim 1802056085, mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Permohonan izin untuk melakukan wawancara dengan melampirkan pertanyaan-pertanyaan untuk memenuhi Skripsi saya kepada PT. Indofood Fritolay Makmur, dengan judul skripsi Perlindungan Hukum Pemegang Merek Chitato Dari Pembajakan (Studi Kasus Merek Chitato Pada Snack Kiloan)." Below the text are two attachments: "FILE SKRIPSI.docx" (Dokumen) and "RISET WAWANCARA.d..." (Dokumen). The recipient, "saya", has responded at 15.30, addressed to "Nisa", with an attachment: "RISET WAWANCARA.d..." (Dokumen).

### C. Nomor Register Merek Chitato

(20) RI Permohonan Merek		
(19) ID	(11) No Pengumuman :	(13) A
(21) No. Permohonan : D002009023195	(71) Nama dan Alamat yang mengajukan permohonan merek PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR. Tbk	
(22) Tanggal Penerimaan Permohonan : 2009-07-15	(74) Nama Dan Alamat Konsultan Lanny Setiawan, MBA., M.Mgt., MA.LPC., MA.LMFT DIPO BUSINESS CENTER, Lantai 11 JI Jenderal Gatot Subroto Kav51-52	
(43) Tanggal Pengumuman :		
(54) Nama merek : CHITATO		
(57) Translasi : CHITATO = Suatu penamaan		

### D. Produk Chitato Asli dan Palsu



## DAFTAR WAWANCARA

1. Apakah pihak penjual snack kiloan di E-Commerce sudah izin Kepada PT. Indofood Fritolay Makmur ?

Jawaban : upaya penyelesaian dari PT Chitato kepada pengusaha snack kiloan belum sampai ke Pengadilan, namun sudah dilakukan somasi dan somasi tersebut diindahkan pihak penjual snack chitato kiloan di *E-Commerce*.

2. Apakah pihak PT. Indofood Fritolay Makmur mendapatkan kerugian dikarenakan penjual snack kiloan tersebut ?

Jawaban : ada kerugian karena snack yang dijual tidak ada izin dari pihak kami, dijual sangatlah murah dari yang di jual oleh kami dan tidak ada label BPOM yang sangat membahayakan para konsumen di Indonesia ini.

3. Bagaimanakah penyelesaian dari PT. Indofood Fritolay Makmur terhadap penjual snack kiloan di E-Commerce ?

Jawaban : PT Indofood Fritolay Makmur dalam menyelesaikan sengketanya dengan pelaku usaha snack Chitato kiloan yang menggunakan merek Chitato tanpa hak dengan cara mediasi antara kedua belah pihak, dikarenakan pihak penjual snack kiloan mengindahkan somasi yang di berikan oleh yaitu PT Indofood Fritolay Makmur dan berjanji tidak akan mengulanginya lagi.

4. Apakah ada mediasi antara PT. Indofood Fritolay Makmur dengan Penjual Snack Kiloan ?

Jawaban : pihak penjual snack kiloan mengindahkan somasi yang di berikan oleh yaitu PT Indofood Fritolay Makmur.

5. Apakah ada aduan dari konsumen kepada PT. Indofood Fritolay Makmur ?

Jawaban : ada, dikarenakan konsumen tidak jeli membeli produk Chitato di *E-Commerce* yang tidak ada mencantumkan label BPOMnya.

6. Apakah ada tindakan tegas dari PT. Indofood Fritolay Makmur dikarenakan penjual snack kiloan di E-Commerce ?

Jawaban : dengan memberikan somasi kepada para penjual di *E-Commerce* agar tidak menjual produk yang tidak ada label BPOM.

## **RIWAYAT HIDUP**

### **Identitas Diri**

- 1) Nama : Lutfi Khabibatunnisa
- 2) NIM : 1802056085
- 3) Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 03 Maret 2000
- 4) Alamat : Kel. Kaligading, Masiran RT 03/RW 07, Kec. Boja,  
Kab. Kendal
- 5) No. HP : 085640798486

### **Riwayat Pendidikan**

- 1) TK Maharsi Kaligading (2004-2006)
- 2) SD Negeri 1 Kaligading Boja (2006-2012)
- 3) SMP Negeri 1 Limbangan (2012-2015)
- 4) SMA Negeri 1 Boja (2015-2018)

### **Pengalaman Organisasi**

- 1) Pasukan Pengibar Bendera (PASKIBRA) SMP Negeri 1 Limbangan
- 2) Anggota Ansambel SMP Negeri 1 Limbangan
- 3) Teater SMA Negeri 1 Boja
- 4) Paduan Suara SMA Negeri 1 Boja

### **Pengalaman Magang**

Lembaga Bantuan Hukum Pandanaran 2021