

Tinjauan Hukum Terhadap Kemiripan Merek Pada Suatu Produk Makanan dan Minuman

Muharawati¹ Nur Fadhillah Aldama² Ella Ayu Lestari³
^{1,2,3}Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran pemerintah dalam menangani kasus kemiripan merek pada suatu produk makanan dan minuman menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis juga mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini dilakukan di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Provinsi Sulawesi Selatan dengan menggunakan jenis dan sumber data primer dan sekunder dengan metode penelitian wawancara, observasi, studi dokumen, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh dianalisis berkualitas dan komprehensif sehingga dipaparkan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kasus kemiripan merek tidak hanya pemerintah yang berperan penting dalam menangani kasus kemiripan merek melainkan masyarakat juga harus memiliki pengetahuan dan wawasan tentang merek makanan dan minuman, yang dimana bahwa jika merek sudah didaftarkan oleh pemilik merek dan memiliki sertifikat artinya merek tersebut sudah memiliki perlindungan hukum, dan hanya bisa digunakan jika memiliki izin dari pemilik merek yang sah untuk digunakan.

Kata Kunci: *tinjauan hukum, kemiripan merek, perlindungan hukum*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu teknologi informasi dan transportasi telah menjadikan kegiatan disektor perdagangan meningkat secara pesat bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama. Era perdagangan dunia hanya dapat dipertahankan jika terjadi persaingan usaha yang sehat. Karena perkembangan teknologi dan informasi bnyak seseorang yang ingin melakukan apa saja demi meningkatkan taraf kehidupannya.

Semakin meningkatnya persaingan usaha manusia harus meningkatkan akal agar usaha yang dijalankan lebih berkembang. Banyak pula oknum pengusaha yang berlaku curang demi untuk meningkatkan usaha yang dimilikinya. Perusahaan yang memproduksi barang (makanan, minuman, dan lain-lain) jasa pada umumnya menggunakan merek tertentu.

Merek telah lama digunakan sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dari barang dan atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan. Karakter sebuah perusahaan dalam hal ini makanan dan minuman ditentukan oleh merek.

Merek merupakan pembeda identitas dan kualitas makanan dan minuman. Di

sini Merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan system pengaturan yang lebih memadai. Menurut Molengraaf, merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenisnya yang dibuar, dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Berdasarkan pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek yang dimaksud dengan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda. Yang dimaksud dengan daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.

American Marketing Association (Kotler, 2009:458) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendefinisikan mereka dari para pesaing. Maka adalah produk atau jasa yang dimensinya mendefinisikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan sesama.

Konsumen terkadang bingung dalam memilih merek, sehingga yang akan dijadikan pertimbangan konsumen adalah ekuitas merek tersebut. Produsen sebagai pembuat barang harus menyadari bahwa produk merupakan benda mati sedangkan yang memberi arti penting dari suatu produk adalah merek, sehingga suatu merek sangat penting untuk dikelola sehingga konsumen akan selalu loyal akan produk tersebut.

Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam pasar, baik untuk barang atau jasa yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Dan juga merek sebagai pengingat bagi pelanggan atau konsumen untuk selalu memilih produk tersebut untuk dibeli dan dikonsumsi.

Fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai asset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known mark*). Perusahaan dalam memperkenalkan produksi suatu barang yang diproduksinya harus menggunakan merek, merek mempunyai peran yang sangat penting bagi pemilik suatu produk. Hal tersebut disebabkan oleh fungsi merek itu sendiri untuk membedakan suatu barang dan atau jasa dengan barang dan atau jasa lainnya yang mempunyai kriteria dalam kelas barang atau jasa sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda. Agar identitas makanan dan minuman dapat dibedakan oleh konsumen dan tidak salah dalam memilih produk makanan dan minuman.

Sebuah merek dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat karena melalui merek produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya serta keterjaminan bahwa suatu produk tersebut asli (*original*). Fungsi merek bagi perusahaan yaitu untuk membangun suatu karakter terhadap produk-produk yang dihasilkan dan diharapkan akan dapat membentuk reputasi bisnis atas penggunaan merek tersebut, karena itu perusahaan cenderung berupaya untuk

mencegah orang atau perusahaan lain untuk menggunakan hal yang sangat penting mengingat bahwa upaya untuk membangun reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama.

Permasalahan yang timbul berkaitan dengan merek yang saat ini sering terjadi adalah praktek peniruan merek dagang dan praktek pemalsuan merek dagang. Praktek peniruan dan pemalsuan khususnya pada produk makanan dan minuman jelas akan merugikan tidak hanya bagi para pengusaha yang memiliki atau memegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi para konsumen sebagai pengguna dari produk makanan dan minuman. Agar pelaku usaha tidak lagi asal menggunakan merek apalagi menggunakan merek makanan dan minuman milik perusahaan lain. Dan agar perusahaan yang lain menjalankan proses usaha yang sehat agar tidak merugikan perusahaan yang lain dan juga konsumen yang membeli makanan dan minuman tersebut.

Hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Keadaan ini akan menyebabkan merek tiruan tersebut akan diasosiasikan dengan merek yang telah digunakan oleh para konsumen sehingga setiap pengusaha akan melakukan upaya apapun terhadap pembatalan pendaftaran merek yang terbukti telah meniru merek yang digunakannya hingga mengajukan gugatan ke pengadilan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian untuk mendapatkan data dan informasi dalah bertempat di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan tepatnya di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Adapun sumber data dalam penelitian ini berupa (1) data primer, yaitu data primer diperoleh langsung dari lapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada narasumber atau informan dan (2) data sekunder, yaitu digunakan sebagai data pendukung atau penunjang data primer yang didapatkan dari bahan-bahan bacaan hukum, buku, skripsi, jurnal dan lain-lain dengan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data diperoleh dianalisis berkualitas dan komprehensif sehingga dipaparkan secara deskriptif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah (1) Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara melihat langsung proses dan para objek penelitian yang menjadi fokus penelitian, (2) Wawancara melakukan proses tanya jawab terhadap narasumber secara langsung sebagai sumber informasi agar dapat diketahui tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, motivasi, serta cita-cita dari narasumber yang berkaitan dengan kemiripan merek terhadap suatu produk makanan dan minuman. Metode pengumpulan data dengan teknik wawancara dilakukan Penulis dalam hal meminta pandangan narasumber terkait dengan permasalahan yang telah dirumuskan, (3) Dokumentasi yaitu pengumpulan, pemilihan pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, foto, buku, undang-undang, majalah, kutipan, dan bahan referensi lainnya.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Kantor Wilayah Sulawesi Selatan Kementerian Hukum dan HAM sebanyak 1 (satu) Kepala bidang pelayanan kekayaan Intelektual dan 4 (empat) staf pelayanan bidang kekayaan intelektual. Sampel dari penelitian ini adalah 5 (lima) orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, artinya

menguraikan data secara berkualitas dan komprehensif dalam bentuk kalimat yang teratur, logis, tidak tumpang tindih dan efektif, sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data.

PEMBAHASAN

Peran Pemerintah dalam Menangani Kasus Kemiripan Merek Produk Makanan dan Minuman

Merek merupakan pembeda identitas dan kualitas makanan dan minuman. Di sini merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai. Merek telah lama digunakan sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dari barang dan atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan. Karakter sebuah perusahaan dalam hal ini makanan dan minuman ditentukan oleh merek.

Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam pasar, baik untuk barang atau jasa yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Dan juga merek sebagai pengingat bagi pelanggan atau konsumen untuk selalu memilih produk tersebut untuk dibeli dan dikonsumsi.

Fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai asset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known mark*). Perusahaan dalam memperkenalkan produksi suatu barang yang diproduksinya harus menggunakan merek, merek mempunyai peran yang sangat penting bagi pemilik suatu produk.

Kemiripan merek yaitu penggunaan tanda yang berupa gambar, nama, kata-kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, kombinasi dari unsur-unsur yang memiliki kesamaan pada pokoknya dan keseluruhannya yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa sejenis.

Menurut Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang merek yang mengalami perubahan dikarenakan masih terdapat kekurangan dan belum bisa menampung perkembangan masyarakat dalam bidang merek serta belum bisa menjamin perlindungan potensi ekonomi local dan nasional sehingga Undang-undang tersebut dicabut dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di mana merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi dan atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau produk. Indikasi Geografis merupakan suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan atau jasa produk yang karena faktor lingkungan geografisnya termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua factor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karekteristik tertentu pada barang dan produk yang dihasilkan. Merek sebagai sebuah logo, simbol atau penamaan dari sebuah bisnis atau usaha sangat penting untuk didaftarkan secara resmi, agar si pengusaha atau si pebisnis ini punya dasar hukum ketika *brand* usahanya dipakai atau disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Begitu pentingnya merek sebagai pengenalan dari sebuah bisnis atau usaha

ataupun produk sehingga keberadaannya harus dilindungi secara hukum oleh si pemilik usaha. Maka dari itu si pelaku usaha mendaftarkan mereknya guna sebagai orang yang memiliki hak atas brand tersebut.

Di era perkembangan teknologi untuk melakukan pendaftaran hak atas merek dapat dilakukan secara online melalui situs www.simpaki.dgip.go.id.

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 pada Bab III Pasal 4 bahwa permohonan merek diajukan oleh pemohon dan kuasanya kepada Menteri yang di mana pada Pasal 4 ayat (2) permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:

1. Tanggal, bulan, dan tahun permohonan.
2. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon.
3. Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa.
4. Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna.
5. Kelas barang serta uraian jenis barang dan jasa.

Setelah mendaftarkan merek maka pemohon harus menunggu pengumuman dari berita resmi mengenai merek tersebut. Maka pemohon harus bersabar untuk menunggu hasilnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibu Fenni Feliana, S.H Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual dalam wawancara penulis pada hari Senin, tanggal 22 Mei 2023, bahwa menurut Undang-undang Cipta Kerja minimal 7 sampai 8 bulan untuk mengetahui merek yang didaftarkan diterima atau tidak diterima, jadi dalam kurung waktu satu tahun semua bentuk proses pendaftaran merek telah terangkum.

Dalam pendaftaran merek ada beberapa hal yang perlu diperhatikan misalnya pada pemberian nama merek. Dikarenakan dalam pendaftaran merek nama merek tidak boleh menjelaskan isi produk karena besar kemungkinan merek tersebut tidak bisa didaftarkan.

Strategi marketing perusahaan biasanya mendaftarkan mereknya berbeda pada label nama produk kemasannya misalnya produk air mineral Aqua yang dikenal oleh masyarakat umum namanya adalah air mineral Aqua sedangkan merek yang terdaftar adalah Danone.

Untuk menghindari kemiripan merek pada suatu produk makanan dan minuman maka pemerintah berperan penting dalam menangani kasus tersebut. Pemerintah tidak hanya membantu dalam proses pendaftaran mereknya akan tetapi juga berperan dalam penanganannya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibu Fenni Feliana, S.H Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual dalam wawancara penulis pada hari Senin, tanggal 22 Mei 2023 bahwa Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual ada yang dinamakan penyidik pegawai negeri sipil dalam bidang kekayaan Intelektual di pusat maupun di wilayah. Semua cabang Hak Kekayaan Intelektual baik itu paten, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu rahasia dagang, dan termasuk merek masuk dalam delik aduan bukan delik biasa.

Delik aduan merupakan tindak pidana yang hanya dapat dituntut apabila ada pengaduan dari orang yang dirugikan sedangkan delik biasa merupakan tindak pidana yang dituntut tanpa perlu adanya suatu pengaduan. Adapun peran pemerintah dalam menangani kasus kemiripan merek yakni pemberian edukasi, sosialisasi mengenai hak kekayaan intelektual kepada pemilik merek, pelaku dan masyarakat di mana dalam pemberian edukasi dan sosialisasi tersebut hal-hal apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam proses pendaftaran merek serta

bagaimana proses pengaduan merek jika terjadi konflik antara berbagai pihak. Penyidik kepolisian juga berkoordinasi dengan penyidik kekayaan intelektual bahwa jika pelanggaran tidak boleh langsung menindaki perkara kecuali jika terjadi hal di luar batas yang sudah membahayakan nyawa orang lain. Penyidik juga mendatangi pemilik merek yang sah dan memberikan pengarahan bagaimana proses penyelesaian perkara jika pemilik merek melakukan pengaduan terhadap mereknya yang digunakan oleh orang lain. Pemberian tuntutan pidana terhadap kasus kemiripan merek dapat dilihat di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 100, berbunyi:

1. Setiap orang yang dengan 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 pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan 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 Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
3. Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibu Fenni Feliana, S.H Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual dalam wawancara penulis pada hari Senin, tanggal 22 Mei 2023 bahwa delik aduan di Sulawesi Selatan selama 3 tahun terakhir angka pengaduan di bawah 3. Dikarenakan masyarakat awam mengetahui bahwa proses pengaduan langsung di kantor kepolisian sehingga tidak semua penyidik mengetahui tentang merek maka dikenakanlah pasal umum. Lain halnya jika pengaduan langsung dipelayanan kekayaan intelektual maka pejabat terkait akan melakukan mediasi dan memberikan pemahaman terkait proses penyelesaian itu bisa dilakukan secara kekeluargaan, perdata, maupun pidana

Faktor yang Mempengaruhi Perlindungan Hukum Terhadap Merek

Secara umum di Indonesia sering terjadi praktek peniruan merek dagang dan para pelaku usaha mematok harga lebih murah dari pemilik usaha yang sah sehingga mengakibatkan turunnya omset penjualan dari pelaku usaha yang sah. Praktek peniruan dan pemalsuan khususnya pada produk makanan dan minuman jelas akan merugikan tidak hanya bagi para pengusaha yang memiliki atau memegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi para konsumen sebagai pengguna dari produk makanan dan minuman. Keterbatasan pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang hak atas merek sehingga mereka hanya membiarkan hal tersebut dikarenakan proses penyelesaian hal seperti peniruan merek memakan waktu yang lumayan lama. Dengan kasus seperti di atas maka perlu adanya perlindungan hukum terhadap merek mereka untuk memberi batasan terhadap pelaku yang mamakai tanpa izin dari pemilik yang sah . Perlindungan hukum adalah upaya melindungi yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada. Merek yang terdaftar pertama kali dan memperoleh sertifikat artinya pemilik sudah

memiliki hak eksklusif. Hak eksklusif di sini merupakan hak yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dengan adanya hak eksklusif pemilik merek sudah mendapatkan perlindungan hukum terhadap mereknya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek Pasal 35 jangka waktu perlindungan merek diperlukan bagi pemilik hak merek yang sudah mendapatkan sertifikat merek adalah 10 tahun sejak tanggal penerimaan. Perlindungan terhadap merek ini bertujuan untuk memastikan merek telah didaftarkan digunakan dengan benar-benar pada barang dan atau jasa tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan. Setelah 10 tahun sejak tanggal penerimaan pemilik merek harus melakukan perpanjangan terhadap mereknya.

SIMPULAN

Peran pemerintah dalam menangani kasus kemiripan merek yakni pemberian edukasi, sosialisasi mengenai hak kekayaan intelektual kepada pemilik merek, pelaku dan masyarakat dimana dalam pemberian edukasi dan sosialisasi tersebut hal-hal apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam proses pendaftaran merek serta bagaimana proses pengaduan merek jika terjadi konflik antara berbagai pihak.

Dengan adanya perlindungan hukum terhadap merek orang lain tidak mudah meniru merek dari pemilik yang sah tanpa izin dari pemilik tersebut juga bertujuan agar memberi pengetahuan terhadap masyarakat bahwa pentingnya memberi perlindungan hukum terhadap mereknya dengan cara didaftarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, H. (2013). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Medpress Digital.
- Ishaq. (2017). *Metode Penelitian Hukum dan Penelitian Skripsi Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Miru, A. (2005). *Hukum Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Purwaka, T. H. (2017). *Perlindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sutedi, A. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Syamsuddin, M (2007). *Operasionalisasi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.